



## **Relatório de Estágio Profissionalizante na Runporto.com**

Relatório de Estágio Profissionalizante apresentado à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto no âmbito do curso do 2º Ciclo de Estudos com vista à obtenção do grau de mestre em Gestão Desportiva, de acordo com o Decreto-Lei nº 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei nº 107/2008, de 25 de junho e pelo Decreto-Lei nº 230/2009, de 14 de setembro.

Orientador: José Tiago Rodrigues Teixeira

Supervisor: Professor Doutor José Pedro Sarmento de Rebocho Lopes

**Teresa Palhares Bernardo**

**Porto, outubro de 2016**

### **Ficha de Catalogação**

Bernardo, T. (2016). *Relatório de Estágio Profissionalizante na Runporto.com*. Porto: T. Bernardo. Relatório de Estágio Profissionalizante para a obtenção do grau de mestre em Gestão Desportiva, apresentado à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

**PALAVRAS-CHAVE:** GESTÃO DESPORTIVA, ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS, GESTOR DESPORTIVO, PROVAS DE ESTRADA, RUNPORTO.COM

## **Agradecimentos**

Com a finalização deste Relatório de Estágio Profissionalizante, aproveito este espaço para redigir algumas palavras de agradecimento a todas as pessoas que me acompanharam nesta caminhada tão importante da minha vida académica, profissional e pessoal.

À Mãe e ao Pai, por todo o amor, carinho, paciência, apoio incondicional e ensinamentos. São os pilares da minha vida, os meus modelos de trabalho, dedicação e profissionalismo.

Aos meus irmãos, Maria e Dudu, pelo companheirismo, pela amizade incondicional, pelas partilhas, pela confiança e pelas risadas.

À restante família, pelo constante acompanhamento ao longo do meu percurso académico.

Ao Professor Pedro Sarmento, pela disponibilidade, incentivo e pela pessoa e profissional que demonstrou ser.

À Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, que me acolheu durante cinco anos e forneceu as ferramentas para o meu desenvolvimento enquanto pessoa e profissional.

À Runporto, ao Sr. Jorge, ao Tiago e ao Ricardo, por me terem acolhido de braços abertos.

Aos meus colegas, Daniel, Serginho, Quitó e Bárbara pelos ensinamentos, pela pronta ajuda e pelos momentos de descontração.

Às minhas amigas Teresinha, Sara, Margarida e Marta, que sempre me acompanharam e me deram força.

Aos meus colegas de curso, Joana, Maria e Bruno, pela partilha de experiências, pelos jantares e cinemas.

A todos os que diretamente ou indiretamente fizeram parte da minha formação, um sincero obrigada!

## Índice Geral

Agradecimentos .....	III
Índice Geral .....	V
Índice de Figuras .....	IX
Índice de Quadros .....	XI
Resumo .....	XIII
Abstract .....	XV
Abreviaturas .....	XVII
Introdução .....	1
Capítulo I - Enquadramento Concetual da Prática Profissional.....	5
1. O Desporto .....	7
2. O Evento Desportivo .....	9
2.1. Tipologias de eventos desportivos .....	11
2.2. As etapas/fases de um evento .....	13
2.3. Operações organizativas inerentes a um evento .....	19
3. As Provas de Estrada .....	28
3.1. A prática da corrida .....	29
3.2. A origem das Provas de Estrada .....	31
3.3. Tipos de Provas de Estrada .....	32
3.4. O crescimento da prática da corrida e das Provas de Estrada .....	33
4. O Gestor Desportivo .....	36
4.1. Competências e Característica .....	36
Capítulo II - A Prática Profissional.....	39
1. Caracterização do Estágio Profissionalizante .....	41
1.1. Objetivo .....	41
1.2. Horário .....	41

2. Caracterização da Entidade Acolhedora – Runporto.com.....	42
2.1. Enquadramento Legal.....	44
2.2. Contexto Institucional.....	45
2.2.1. Visão.....	46
2.2.2. Missão .....	46
2.2.3. Objetivos Estratégicos .....	46
2.2.4. Objetivos Operacionais.....	47
2.2.5. Plano de atividades anual.....	47
2.3. Estrutura da Organização .....	48
2.3.1. Organograma sede.....	48
2.3.2. Organograma dos Eventos.....	49
2.4. Modelo de Negócio Canvas .....	49
2.5. Análise Swot .....	51
2.6. Marketing Mix.....	52
3. Os Eventos .....	54
3.1. Maratona do Porto .....	54
3.2. Meia Maratona de Famalicão.....	55
3.3. S. Silvestre Cidade do Porto .....	56
3.4. Corrida do Carnaval .....	58
3.5. Meia Maratona de Braga.....	59
3.6. Corrida Dia do Pai.....	60
3.7. Corrida do Mar .....	62
3.8. Volta a Campanhã .....	64
3.9. Corrida e Caminhada Liberty Seguros Viseu .....	66
3.10. Médis Marginal Douro.....	67
4. Atividades desenvolvidas durante a prática profissional .....	69

4.1. Atividades administrativas.....	70
4.2. Departamento de Marketing.....	72
4.3. Logística.....	75
4.4. Secretariado.....	77
4.5. Acreditação .....	78
4.6. Hospitalidade .....	78
4.7. Serviços Protocolares .....	79
Capítulo III - Reflexão Crítica e Perspetivas para o Futuro .....	81
Conclusão .....	87
Bibliografia.....	91
Anexos .....	XIX
Anexo I – Conversa com Jorge Teixeira .....	XXI
Anexo II – Conversa com Aurora Cunha.....	XXV
Anexo III – Conversa com Sara Moreira .....	XXVII
Anexo IV – Inventário Roupa Staff Maratona do Porto 2015 .....	XXIX
Anexo V – Inventário Merchandising Maratona do Porto 2015 .....	XXXI





## Índice de Figuras

Figura 1 - As quatro etapas do evento desportivo.....	13
Figura 2 - As três fases do evento desportivo .....	15
Figura 3 - Planeamento estratégico de eventos .....	16
Figura 4 - Esquema de coordenação de um evento desportivo .....	21
Figura 5 - Funções do Gestor Desportivo .....	36
Figura 6 – Logótipo da empresa Runporto.com .....	42
Figura 7 - Organograma da sede da Runporto.com.....	48
Figura 8 - Organograma dos eventos da Runporto.com .....	49
Figura 9 - Modelo de Negócio Canvas da Runporto.com.....	50
Figura 10 - Marketing Mix de uma organização .....	52
Figura 11 - Cartaz promocional 12ª Maratona do Porto .....	54
Figura 12 - Cartaz promocional 2ª Meia Maratona de Famalicão .....	56
Figura 13 - Cartaz promocional 22ª S. Silvestre Porto .....	57
Figura 14 - Cartaz promocional 3ª Corrida do Carnaval.....	58
Figura 15 - Cartaz promocional 1ª Meia Maratona de Braga .....	60
Figura 16 - Cartaz promocional 13ª Corrida Dia do Pai.....	61
Figura 17 - Cartaz promocional 3ª Corrida do Mar.....	63
Figura 18 - Cartaz promocional 3ª Volta a Campanhã .....	64
Figura 19 - Cartaz promocional 7ª Corrida e Caminhada Solidária Liberty Seguros.....	66
Figura 20 - Cartaz promocional 2ª Médis Marginal Douro.....	68



## **Índice de Quadros**

Quadro 1 - Características do Gestor Desportivo.....	37
Quadro 2 - Análise Swot da empresa Runporto.com .....	52



## **Resumo**

O presente Relatório de Estágio Profissionalizante é parte integrante na concretização formal para a conclusão do 2º Ciclo de Estudos com vista à obtenção do grau de mestre em Gestão Desportiva pela Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

A realização do Estágio Profissionalizante decorreu ao longo de seis meses, entre outubro de 2015 e abril de 2016, na empresa Runporto.com. Este Estágio Profissionalizante pretendia a vivência de experiências práticas na área da Gestão Desportiva e o desenvolvimento de competências técnicas e relacionais nesse setor.

Como objetivos da realização do Estágio Profissionalizante temos a recolha de dados que permitam a caracterização exaustiva da instituição desportiva, desde os seus pressupostos estruturais, funcionais, humanos e financeiros, como perceber a cultura da organização e a oportunidade de intervir no planeamento de eventos, organização de atividades, recrutamento de pessoas, organização, entre outros, dependendo das necessidades da organização desportiva onde estamos inseridos.

A estrutura e elaboração deste relatório está sistematizado em três capítulos: Enquadramento Concetual da Prática Profissional, onde é realizada uma revisão do estado atual dos conhecimentos e temas relevantes ao trabalho, Caracterização da Prática Profissional, onde a entidade acolhedora é apresentada tendo em vista a contextualização das atividades realizadas e o campo de intervenção, e Reflexão Crítica e Perspetivas para o Futuro, capítulo onde é feita uma análise de todo o processo do Estágio Profissionalizante.

A consumação deste Estágio Profissionalizante possibilitou obter competências técnicas ao nível da operacionalização dos eventos desportivos, o desenvolvimento de competências pessoais e a inserção no mundo do trabalho.



## **Abstract**

This Internship Report is part of the formal implementation to complete the 2<sup>nd</sup> cycle of studies in order to obtain the master's degree in Sports Management at Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

The internship lasted approximately six months, between October 2015 and April 2016, at Runporto.com. This Internship Report was expected to achieve useful experiences in Sport Management and development of technical and relational skills.

Data collection to allow the characterization of Runporto.com, from its structural, functional, human and financial assumptions were the main goals. Furthermore, understand the culture of the organization and the opportunity to step in its planning, organization activities, recruiting people, depending on company needs.

The structure of this report is systematized in three chapters: Conceptual Professional Practice, which is carried out by a review of the current state of knowledge; Characterization of Professional Practice, where the host institution is presented in order to contextualize the activities carried out; and Reflection Review and Prospects for the Future, which chapter is an analysis of the entire process of the internship.

This internship enabled the possibility of development of technical skills in sporting events management, the development of personal skills and entering into the labour and corporate market.





## **Abreviaturas**

CRP – Constituição da República Portuguesa

EP – Estágio Profissionalizante

IAAF – Federação Internacional das Associações de Atletismo

LBAFD – Lei de Bases da Atividade Física e Desporto

RH – Recursos Humanos

RSE – Responsabilidade Social das Empresas

RTP – Rádio e Televisão Portuguesa

SMART – Specific, Measurable, Agreeable, Realistic, Time Specific

VIP – Very Importante Person



# **INTRODUÇÃO**



## **Introdução**

A sociedade é caracterizada pelas constantes mudanças a que está sujeita. Segundo Bento (1998), esta nunca poderá reclamar perenidade. Com isto é compreensível que ao longo dos tempos, cada sociedade tenha reivindicado por diferentes valores, necessidades e apresente uma constante evolução.

Ao longo do tempo o fenómeno desportivo assume um papel cada vez mais decisivo na sociedade atual. Em linha com segmentos de intervenção social, o desporto sofreu um processo evolutivo que permitiu estabelecimento de uma relação mais próxima com a comunidade. Esta relação resultou numa excecional importância económica, social e cultural que resulta do desenvolvimento e expansão do desporto.

O desporto, incluindo a corrida, tem sido considerado como um importante componente de estilo de vida saudável. Recentemente, esta opinião tem sido reforçada por novas evidências científicas vinculando o exercício regular com uma série de benefícios.

Pelas suas características, as Provas de Estrada podem receber qualquer praticante da modalidade e o corredor não precisa ter necessariamente uma habilidade específica para participar. Há 10 anos, o atletismo era visto como um desporto praticado, na sua maioria, por atletas profissionais. No entanto, com a profissionalização das Provas de Estrada e o surgimento de entidades dedicadas exclusivamente à organização deste tipo de eventos, a corrida tem atraindo, cada vez mais, participantes que não se interessam pela profissionalização e que apenas pretendem melhorar a sua qualidade de vida através de uma rotina saudável, onde a prática de exercício físico é fundamental.

A gestão de eventos desportivos é uma área que se encontra em franca expansão. De facto, todos os dias se realiza, no mundo inteiro, um grande número de eventos que congregam milhares de participantes.

A realização do Estágio Profissionalizante (EP) decorreu ao longo de seis meses, entre outubro de 2015 e abril de 2016, na empresa Runporto.com. O orientador do estágio foi o Tiago Teixeira, membro da direção da Runporto.com.

Este Estágio Profissionalizante pretendia a vivência de experiências práticas na área da Gestão Desportiva e o desenvolvimento de competências técnicas e relacionais nesse setor.

Como objetivos iniciais da realização do Estágio Profissionalizante temos a recolha de dados que permitam a caracterização exaustiva da instituição desportiva, desde os seus pressupostos estruturais, funcionais, humanos e financeiros, como perceber a cultura da organização e a oportunidade de intervir no planeamento de eventos, organização de atividades, recrutamento de pessoas, organização, entre outros, dependendo das necessidades da organização desportiva onde estamos inseridos.

A escolha por uma empresa de organização de eventos desportivos recaiu no facto da preferência por este âmbito, o que proporcionou obter um desenvolvimento pessoal e profissional e o estabelecimento de contactos no meio empresarial.

A minha relação com o atletismo, começou aos doze anos, com a prática da modalidade e a participação em diversas Provas de Estrada, nomeadamente as levadas a cabo pela Runporto.com. Desta forma, já possuía uma ótica de participante nestes eventos, mas sempre tive o objetivo de fazer parte dos bastidores e perceber a dimensão das operações inerentes à organização de eventos desta dimensão.

O Relatório de Estágio Profissionalizante será constituído por vários capítulos, desde o Enquadramento Concetual da Prática Profissional, onde é realizada uma revisão do estado atual dos conhecimentos e temas relevantes ao trabalho, a Caracterização da Prática Profissional, onde a entidade acolhedora é apresentada tendo em vista a contextualização das atividades realizadas e o campo de intervenção, e a Reflexão Crítica e Perspetivas para o Futuro, capítulo onde é feita uma análise de todo o processo do Estágio Profissionalizante.

# **CAPÍTULO I**

## **ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL DA PRÁTICA PROFISSIONAL**





# **CAPÍTULO I – Enquadramento Concetual da Prática Profissional**

## **1. O Desporto**

O desporto é um fenómeno cultural, de desenvolvimento humano, onde o praticante é mais importante do que o praticado. Desta forma, não devemos confundir o que é essencial, o ser humano, com aquilo que é periférico, a atividade em si mesma. Por esta razão, a definição deste conceito para além de complexa, é extensa e diversificada.

Uma definição de desporto tem que possuir duas características primárias: ser abrangente e limitativa. Abrangente, pois deve considerar tudo aquilo que lhe diz respeito e limitativa porque tem de excluir do seu enunciado tudo o que não faça parte do seu universo. Qualquer interpretação de desporto não deve reduzir-se ao imediatismo da prática em si mesma, mas tentar compreender o praticante, “o desporto existe porque existem pessoas” (Garcia & Queirós, 2004).

Mais do que uma manifestação de carácter físico ou biológico, o desporto é o sentido de uma vontade própria, pelo que apenas as ciências humanas, porque são construídas em referência a valores, poderão descortinar e aprofundar os seus significados mais intrínsecos, compreendendo efetivamente o desporto (Garcia & Queirós, 2004)

O desporto pode e deve ser visto como uma hipótese de uma ética universal que ultrapassa fronteiras físicas, culturais, religiosas, entre outras (Garcia & Cunha, 2016). Este, enquanto objeto industrial, nasce, por necessidade, com a revolução industrial (séc. XX), assim a criação de condições materiais favoráveis para o desenvolvimento desportivo levou a uma conceção da sociedade moderna onde o papel do desporto está na base (Dias, 2005).

Desta forma, o desporto instala-se e toma uma grande importância social, verificando-se ainda um aumento da massa popular que o pratica. Neste sentido, de acordo com Pires (2005), o desporto tem uma história e um futuro. Ele organiza-se no tempo e no espaço à imagem e semelhança da sociedade onde está inserido.

Não é o desporto que muda a sociedade, mas faz parte desta. É considerado um fenómeno da sociedade, muito moldado pelas mudanças e crises que nela ocorrem (Marques, 1997).

Na atualidade, o desporto tem sido considerado uma das manifestações culturais que, marcadamente, mais tem apresentado evoluções e transformações, sejam elas de ordem técnica ou referentes à forma de exposição e absorção pela sociedade (Rojo, 2014).

De acordo com o ponto 1 do Artigo 2 da Carta Europeia do Desporto entende-se por desporto todas as formas de atividades físicas que, através de uma participação organizada ou não, têm por objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis.

“O Desporto é um fenómeno que tem marcado e certamente continuará a marcar profundamente a vida do homem, e a sua complexidade necessita de ser abordada e estudada em diferentes níveis” (Lourenço, 2005). É um fenómeno portador de extrema importância, que assume especial destaque na sociedade contemporânea.

A inatividade física e a falta de condicionamento são consideradas fatores de risco tão importantes quanto o tabagismo e hipertensão arterial (Ciolac & Guimarães, 2004). Além disso, diferentes estudos comprovam que a prática regular de exercício físico tem efeitos positivos sobre o condicionamento cardiorrespiratório, a pressão arterial, o percentagem de gordura corporal, os triglicéridos, o colesterol, entre outros (Valmorbida et al., 2013)

Manter uma vida fisicamente ativa tem consequências sobre a qualidade de vida de um indivíduo. A prática desportiva tem incidência direta sobre este aspeto, visto que o desporto trabalha diferentes valências físicas (agilidade, velocidade, coordenação motora, impulsão e resistência) (Rebelo & Oliveira, 2006) e ações motoras (saltos, corridas, mudanças de direção, alteração de velocidade), além de aspetos psicossociais (Silva et al., 2012). É importante ressaltar que, para que haja esta relação positiva entre a prática desportiva e a

qualidade de vida, é preciso considerar as diferentes demandas dos indivíduos, os seus objetivos e restrições (Santos & Simões, 2012).

O crescimento da prática desportiva é notório e este deve-se a vários fatores, tais como o controlo do stress, saúde, sociabilidade, competitividade, estética e prazer (Balbinotti et al., 2015).

## **2. O Evento Desportivo**

Diversos autores determinam a sua existência da Gestão Desportiva como uma nova área de intervenção profissional.

Ao longo do tempo, “o ser humano evolui em função de esforços individuais e coletivos, da aglutinação das pessoas em torno de novos ideais e práticas.

Desde a antiguidade que o efeito psicológico das grandes aglomerações e a movimentação de pessoas é reconhecido pela sua energia e capacidade de produção, de motivação e mudança” (Sarmiento, Pinto, Costa, et al., 2011). No desporto existe uma forte dimensão exibicionista que ultrapassa a simples prática ou realização de destrezas físicas e comportamentais, correspondendo à partilha e desfrute com os outros dessas habilidades, por isso, desde cedo, o desporto assumiu esta dupla face: de prática e simultaneamente de espetáculo.

Os eventos desportivos são cada vez mais frequentes e em maiores espaços no mercado.

De acordo com Ayora et al. (2004) a origem da palavra evento vem do latim, *eventu*, a qual pode traduzir como “acontecimento”. No entanto, o termo evento tem sofrido modificações ao longo do tempo e atualmente existem diversas definições.

Um evento é um acontecimento planeado que tem lugar numa determinada data, num local pré-definido e numa hora previamente anunciada. O promotor de um evento tem sempre, independentemente da tipologia do mesmo, um objetivo concreto para reunir as pessoas convidadas e todos os eventos realizam-se com uma finalidade específica (Isidoro et al., 2013).

Poit (2006) define igualmente evento como “um acontecimento previamente planeado, com objetivos claramente definidos; que alcança resultados que possam ser qualificados e quantificados junto ao público-alvo e que possuam um perfil marcante, podendo ser desportivo, social, cultural, filantrópico, religioso, político, empresarial, entre outros”.

Este tem a capacidade de agrupar pessoas com quem a organização queira estreitar relações e divulgar e promover a sua imagem.

O evento desportivo é algo tão transversal que podemos considerá-lo um espetáculo, um produto e uma empresa (Barreau, 2001).

A maneira como o indivíduo se insere num evento desportivo faz dele algo único, pois quem participa nele pode ser organizador, atleta, treinador, patrocinador, espectador ou outro (Ferrand, 2001).

De acordo com Tranchitella (2013) o evento desportivo pode ser visto como algo dinâmico e que se molda às características económicas, políticas e sociais em que se insere, pode ser usado como meio ou como fim e, atualmente é tido como uma ferramenta que faz a ligação entre uma empresa e o mercado.

Evento é um acontecimento, um facto ou uma notícia que pode gerar diversas sensações e atitudes. A força do evento reside no envolvimento que ele oferece aos seus participantes. A atmosfera criada, a atenção despertada, a curiosidade, tudo, enfim, conduz a um envolvimento coletivo apropriado que condiciona positivamente o participante, o que raramente outro recurso de promoção consegue fazer.

Dessa forma, o evento proporciona, através de espaço físico e de tempo delimitado para um público específico, um envolvimento maior do cliente, uma possibilidade de vivência com a marca de forma direta, focada. Esse contacto direto com o público gerado pelo evento é extremamente benéfico para a marca, pois através dele pode-se procurar transmitir valores de marca (Ribeiro & Costa, 2013).

Segundo Sarmiento & Pinto (2014), o evento, quando devidamente enquadrado, constitui um excecional catalisador para o desenvolvimento seja em que contexto for.

O impacto dos eventos bem-sucedidos é tal, que a gestão dos mesmos deixou de ser tarefa de “amadores” e passou a ser da responsabilidade de profissionais com formação, criativos e com competências ao nível da gestão e coordenação de meios humanos, materiais e financeiros (Isidoro et al., 2013).

Os grandes eventos desportivos deverão sempre servir de mola de alavancagem da prática desportiva. Estas organizações são “momentos de ouro” que devem ser utilizados pelos países, regiões ou cidades para a promoção da prática desportiva a nível nacional, regional e local (Sarmiento & Pinto, 2014).

## **2.1. Tipologias de eventos desportivos**

São inúmeros os tipos de eventos que podemos identificar, podendo ser feita esta categorização tendo em conta a natureza das atividades que promovem, pela dimensão do evento, pela duração do mesmo, público-alvo ou periodicidade.

Para Poit (2006), os eventos podem ser divididos em:

- Campeonato
- Torneio
- Olimpíadas
- Taça ou Copa
- Festival
- Circuito desportivo
- Desafios

O mesmo autor classifica os eventos por categoria – institucional ou promocional, por área de interesse – desportivo, cultural, social, empresarial, educacional, turísticos, entre outros; e por tipo – congresso, convenção, palestras, feiras, conferências, entre outros.

Para Sanz (2003), classificar os eventos desportivos é uma tarefa árdua, pois existem muitos desportos e, dentro dos mesmos, as atividades são muito diversificadas. Este autor apresenta uma classificação em quatro grandes grupos: os pontuais, os pontuais extraordinários, os pontuais de grande impacto e os habituais.

No primeiro grupo podemos encontrar os eventos com um nível de complexidade mais baixo, que se realizam uma vez por ano e podem nem sempre ter frequência anual, como, por exemplo, as maratonas.

Quanto aos eventos pontuais extraordinários e os pontuais de grande impacto, diferem do primeiro grupo pela frequência dos espetáculos ser menor, mas apresentam uma complexidade muito maior, tais como os Campeonatos da Europa e os jogos Olímpicos.

O último grupo diz respeito aos eventos com um nível de complexidade médio, que tanto podem ter uma adesão do público grande como fraca, tal como da televisão. As atividades inseridas neste grupo são bastante diversas e diferem muito umas das outras.

De acordo com Sarmiento, Pinto, Costa, et al. (2011), o modelo de classificação dos eventos segue um anterior criado por Boyer et al. (2007), que considera quatro dimensões base: os tipos A – eventos do género dos Jogos Olímpicos ou fases finais dos Mundiais das diversas modalidades; B – como exemplo temos as finais de Taça das diversas modalidades; C – um evento irregular de nível nacional, mas perfeitamente localizado no tempo; e D – evento nacional de carácter regular, como um jogo de um campeonato ou torneio.

Deste modo, o autor sugere uma divisão que consiste também em quatro níveis:

- Mega eventos (de nível internacional e duração superior a 8 dias);
- Grandes eventos (de nível internacional com participação de milhares de atletas/espectadores);
- Pequenos eventos (de nível nacional ou internacional, duração limitada e pequena participação de atletas e espectadores);

- Micro eventos (vocacionados para campeonatos e torneios de menor relevância competitiva).

## 2.2. As etapas/fases de um evento

O evento desportivo acarreta inúmeras etapas durante o seu processo. O número de etapas e a ordem pela qual são seguidas varia consoante a complexidade e a especificidade do mesmo (Isidoro et al., 2013).

Não existe um consenso quanto ao número de fases, já que vários autores apresentam diferentes números de fases.

Sarmiento & Pinto (2014) apresentam-nos uma proposta em que consideram quatro etapas organizativas.



Figura 1 - As quatro etapas do evento desportivo (Sarmiento & Pinto, 2014)

A primeira etapa de qualquer projeto surge na busca por uma resposta que permita solucionar um determinado problema. Esta **Ideia** pode ser encontrada através da imaginação de cenários que vão sendo idealizados com base em experiências anteriores.

A etapa seguinte, a da **Conceção e Planeamento**, caracteriza-se por ser o momento em que os valores orçamentais ganham destaque e o pragmatismo dos operacionais tornam-se num elemento primordial tendo de se equacionar um largo conjunto de indicadores (data, local, duração, designação, tipo, orçamento, parceiros, apoios, concorrência) e os principais riscos associados ao evento (clima, atrasos, transportes, segurança, acidentes). Esta etapa apresenta características bem diferentes da primeira, pois é a altura em que se adequa a ideia original com a realidade possível.

A terceira etapa, a fase da **Realização**, é onde acontece realmente o evento e os meios da organização têm a estar concentrados no desenrolar das ações previamente definidas, o que exige a capacidade de deteção de situações anómalas e a sua resolução em tempo real. Neste momento não devem ocorrer falhas e caso as hajam, devem ser resolvidas de modo a não perturbarem o alcance dos objetivos do evento.

A quarta etapa corresponde à Avaliação do evento. Esta centra-se na análise do realizado e a sistematização do que eventualmente correu bem, menos bem e mal, de modo a permitir uma evolução e aprendizagem por parte da equipa gestora do projeto.

Já de acordo com Sanz (2003), desde o momento que se planeia o evento até à sua realização podemos considerar seis fases:

- Fase preliminar e apresentação da candidatura

A organização de um evento desportivo começa com a elaboração da candidatura. Os objetivos e as ações a desenrolar-se devem estar bem definidos durante esta fase, para além das ofertas que se ganham e os apoios que se obtenham. É nesta fase que se deve decidir o porquê e o para quê de se querer um determinado acontecimento.

- Fase da conceção e formação do comité organizador

Depois de concebido o evento, deve partir-se para a formação do comité organizador, que tem como primeira missão a elaboração dos pressupostos e dos programas a desenvolver em todas as áreas, o organigrama de funcionamento do executivo e o plano diretor.



- Fase da planificação do evento e da execução prévia dos programas

O mais importante nesta terceira fase é a distribuição de competências entre as distintas áreas e a captação de recursos financeiros, tais como direitos de transmissão e patrocinadores. Ao mesmo tempo o comité organizador deve contratar recursos humanos distribuir funções e tarefas pela sua equipa.

- Fase da realização do evento

Esta fase trata-se da própria realização do evento, isto é, é nesta fase que se põe em prática todo o planeamento que a organização fez para o evento.

- Fase da dissolução do comité e liquidação de existências

Esta é considerada a última fase, acontece posteriormente à celebração do evento e em muitos casos não está contemplada na planificação.

Seguindo a linha de pensamento de Sarmento & Pinto (2014), o evento desportivo, para atingir um nível de eficácia de acordo com os meios em causa e com as expectativas criadas, tem de ser subdividido em três fases bem distintas: a fase pré-evento, a fase do evento e a fase pós-evento.



Figura 2 - As três fases do evento desportivo (Sarmento & Pinto, 2014)

A primeira fase, a do **Pré-Evento**, caracteriza-se por ser uma etapa em que o objetivo é suscitar interesse por parte do público-alvo, ou seja, a criação de um clima de expectativa positiva em relação ao evento.

A fase **Evento** centra-se concretamente no momento em que tudo acontece, é o grande momento do projeto.

Na última fase, a do **Pós-Evento**, pretende-se criar um conjunto de iniciativas que permitam perdurar no público alvo o interesse pela atividade e suscitam a vontade de voltar a participar.

Subjacente à realização de todos os eventos deve estar a fundamentação da sua existência, que será sempre um pouco condicionada pelas necessidades dos parceiros do evento, tais como clientes, a comunidade local, o Governo, os participantes, os patrocinadores e os voluntários. Desta forma, Pedro et al. (2012), apresentam um processo de planeamento estratégico de eventos.

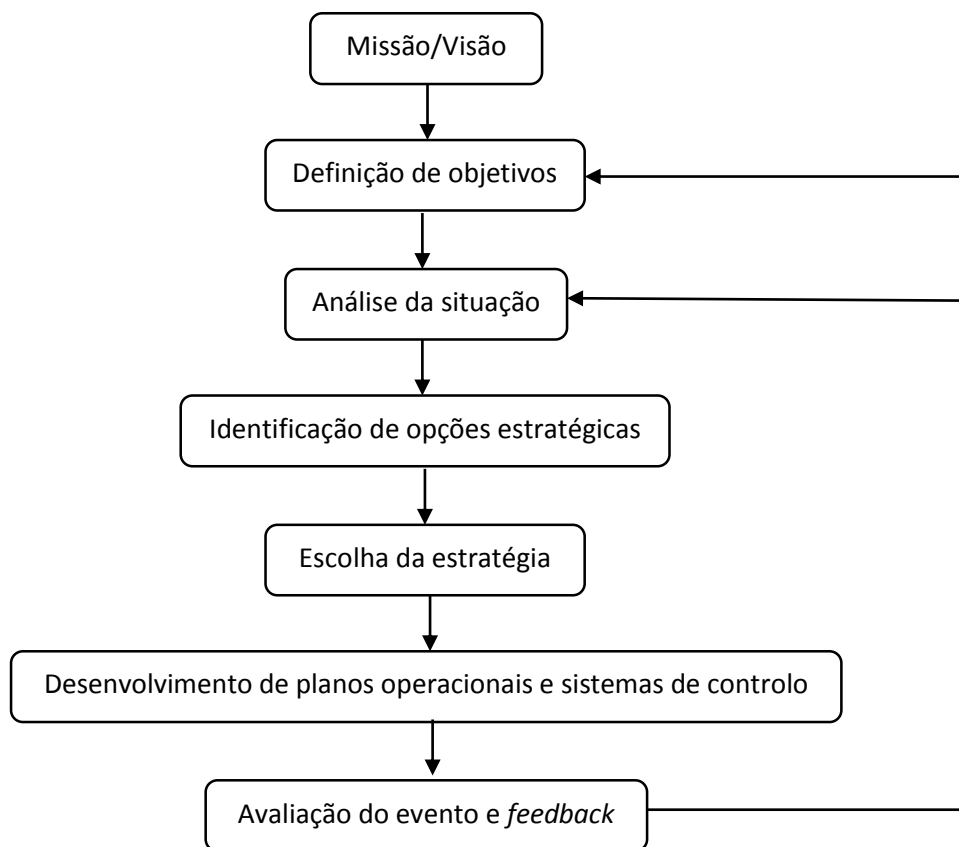


Figura 3 - Planeamento estratégico de eventos (Pedro et al., 2012)

Os termos mais amplos das tarefas destinadas à organização do evento são descritos na **Missão**. As declarações mais completas definem o propósito do evento, identificam os maiores beneficiários e grupos de clientes, indicam a natureza mais ampla do evento e afirmam a filosofia da organização.

Estabelecida a missão, está construída a base para definir metas e objetivos e elaborar estratégias. Assim, a organização pode preocupar-se com a definição dos **objetivos** que serão a base da orientação para o seu procedimento, para avaliar a progresso da direção e avaliar os aspetos do planeamento. Estes devem seguir alguns critérios, tal como referem Pedro et al. (2012), podendo ser resumidos por objetivos SMART: *Specific* (Específicos), *Measurable* (Mensuráveis), *Agreeable* (Aprováveis), *Realistic* (Realísticos) e *Time Specific* (Delimitados no tempo).

Os mesmos autores consideram que os eventos poderão ter diferentes objetivos:

- Objetivos económicos
  - Percentagem de retorno sobre o investimento ou lucro bruto desejado;
  - Valor dos patrocínios atraídos.
- Assistência/participação
  - Assistência total;
  - Número de stands;
  - Número de participantes internacionais e nacionais.
- Qualidade
  - Nível de satisfação do público, expositores, patrocinadores ou voluntários;
  - Número de participantes;
  - Quantidade de queixas do público, dos expositores ou dos voluntários.

Quanto à **Análise da situação**, refere-se à análise de oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos presentes no evento. Reunidas estas

informações, a comitiva organizadora deve concentrar-se na **Identificação de estratégias** que os podem levar a atingir o seu objetivo. Estas podem ser: Estratégia de crescimento (objetivo de ultrapassar edições anteriores de eventos, por exemplo através do aumento do número de participantes); Estratégia de consolidação (delimitação do número de participantes no evento, de modo a valorizar a presença no evento); Estratégia de contenção (redução da dimensão do evento quando o mercado assim o requer); e Estratégia de combinação (tal como o nome indica, podemos apostar determinadas áreas em detrimento de outras).

Já a **Escolha da estratégia** deve ser ponderada tendo em conta três critérios essenciais:

- Adequação – as estratégias devem ser coerentes, ou seja, devem refletir o ambiente, os recursos e os valores da organização do evento;
- Aceitação – as estratégias devem ir de encontro aos objetivos do evento;
- Viabilidade – a estratégia deve ser exequível e funcional.

Após esta fase, principia a implementação do plano. Para isso, é necessário o **desenvolvimento de planos operacionais**. Estes requerem um conjunto de objetivos para cada área, planos de ação e cronogramas, indicação de responsáveis, sistemas de controlo, orçamento e alocação de recursos. Depois, é necessário a ativação de **mecanismos de controlo** para assegurar que os planos são cumpridos.

Por último, temos a **Avaliação do evento** e o **feedback**. Este passo é importante para a organização perceber se os objetivos inicialmente propostos foram cumpridos e onde a organização falhou.

O processo de organização desenvolve-se em simultâneo ao processo de planeamento, mas com intensidade diferente ao longo do tempo, ou seja, à

medida que a data da realização do evento se aproxima, as funções do processo de organização vão sendo cada vez mais predominantes, enquanto que as do processo de planeamento se remetem ao acompanhamento e controle.

Desta forma, de acordo com Vieira (2015) a organização de um evento processa-se através da execução das tarefas próprias de cada uma das seguintes fases:

- Fase de preparação administrativa, operacional, comercial, económica e financeira;
- Fase de realização, produção ou implementação do evento;
- Fase de encerramento administrativo e financeiro.

### **2.3. Operações organizativas inerentes a um evento**

Para a realização de um evento, existem diversas operações organizativas que lhe estão inerentes. Estas são definidas tendo em conta vários fatores presentes no evento, tal como a dimensão, a duração temporal, o número de intervenientes e a complexidade do mesmo (Sarmiento & Pinto, 2014).

As áreas de trabalho de um evento devem contemplar todos os aspetos que rodeiam o mesmo, desde a campanha publicitária, as possíveis publicações, o controlo de gastos, os meios de transporte, o alojamento, entre outros.

Para este efeito, Sanz (2003) propõe que estas áreas sejam divididas em dois grandes grupos: o das áreas económicas e de projeção pública do evento; e a área das infraestruturas e de apoio técnico. A primeira área engloba os processos de marketing, economia e administração, recursos humanos, cerimónias, promoção, meios de comunicação, publicações e protocolo. da segunda área fazem parte as instalações, área técnica, segurança, serviços médicos, alojamento, creditações e assessoria jurídica.

O mesmo autor sugere que essas mesmas áreas de trabalho também possam ser agrupadas em cinco macro áreas:

- a) Área económica (marketing, economia, administração e recursos humanos);
- b) Área de promoção e divulgação (promoção, meios de comunicação, publicações e protocolo);
- c) Área técnica e de instalações;
- d) Área de serviços (serviço médico, segurança, tecnologia e comunicação);
- e) Área de alojamento e transporte (transporte interno e externo e alojamento).

Para Lebre (2014), a preparação do evento deve ser planeada de forma integrada por todas as áreas, sendo que as decisões de fundo respeitante às orientações político gerais da organização das diferentes áreas deverão ser ponderadas e aprovadas em conjunto pelos responsáveis de área, diretor financeiro e coordenador geral. Cada responsável de área deverá ter como função a operacionalização das decisões tomadas ao nível superior. Para isso, deverá gerir e organizar a sua equipa para que todas as subáreas sejam cobertas.

De seguida apresentamos um esquema de coordenação de um evento desportivo delineado por Sarmento, Pinto, Silva, et al. (2011). Este modelo apresenta uma divisão em seis departamentos, que deverão possuir autonomia controlada dentro dos seus âmbitos, apesar de dependerem de uma coordenação central.



Figura 4 - Esquema de coordenação de um evento desportivo(Sarmento, Pinto, Costa, et al., 2011)

O **Departamento Financeiro** tem como responsabilidade a gestão dos pagamentos de compras e serviços. Este deve cumprir todas as normas e regras de modo a evitar lapsos orçamentais previamente definidos.

A existência de um **Departamento Jurídico** depende da dimensão do evento. Todas as licenças, autorizações e fiscalização pelo cumprimento da legislação em vigor são da responsabilidade deste departamento. O promotor deve informar-se, com a maior antecedência possível, acerca dos prazos para pedir autorizações às autoridades oficiais. Estas licenças podem ser licenças de publicidade, licenciamento do exercício de atividades de espetáculos de natureza desportiva e de divertimentos públicos, licença especial de ruído, licença de instalação e de funcionamento de recinto improvisados, entre outras.

O **Departamento das Operações** caracteriza-se por um conjunto de ações que são necessidades básicas ao desenvolvimento do evento, ou seja, por exemplo, o transporte dos intervenientes (desde o staff, aos convidados, atletas e imprensa), à sua alimentação e alojamento. Aglutina igualmente as

ações de acreditação, manutenção de equipamentos, segurança, assistência médica, hospitalidade, gestão de recursos humanos, serviços protocolares, competição e voluntariado.

Um evento, independente da sua dimensão, exige sempre uma logística de transportes privados ou de massa que é necessário precaver. Para além disso, a escolha da localização do evento deve ter em conta sempre a acessibilidade e a mobilidade do local.

Deste modo, a organização pode deixar a cargo de cada participante a sua deslocação ou então fornecer uma opção de deslocação através da contratação de um serviço de transportes privado. Esta situação depende muitas vezes do orçamento previsto para esta área.

No caso de eventos de dimensão reduzida, é muitas vezes implementado uma rede simples de transporte autónomo dos intervenientes. Em relação a eventos de maior dimensão e impacto, a organização normalmente providencia uma rede complexa de transporte em viaturas oficiais não só até ao local do evento, mas igualmente para aeroporto, hotel, para a feira do evento e cerimónias que estejam previstas no programa, dependendo do estatuto do participante.

A Alimentação corresponde a uma necessidade básica e pode apresentar-se como uma área de complexa gestão para a entidade organizadora. Esta, sendo esse o caso, tem de apresentar soluções para o fornecimento de refeições aos membros integrados na organização do evento, para além de, possivelmente, ter de fornecer um serviço de catering durante o evento para os convidados mais importantes, muitas vezes presente da zona VIP (*Very Important Person*). Este processo requer, para além de um plano de menus, a organização de horários de refeição.

O Alojamento é um dos setores do evento desportivo que pode acarretar o valor mais elevado de despesas. As possibilidades de alojamento num evento devem ser diversificadas de modo a possibilitar patamares diferenciados de conforto e privacidade que se avaliem mais adequados. Os organizadores têm



de se preocupar em apresentar soluções de alojamento aos seus participantes e, em alguns casos, assumir as despesas de alguns convidados.

Neste sentido, o desporto torna-se atualmente um grande impulsionador da economia local, hoteleira e outras, pois permite a deslocação de milhares de pessoas a um certo local, o que contribui para a mobilização de meios de modo a albergarem estas multidões.

A Acreditação é atualmente um elemento muito importante por razões de segurança. Ela garante o controlo de acessos de todos os participantes, delimitando percursos em função do papel que cada participante vai assumir.

Este sistema de controlo de acessos está generalizado em todo o tipo de eventos, apresentando apenas maior ou menor complexidade informática.

Esta é uma forma muito pouco evasiva para o participante e de muito fácil controlo por parte dos responsáveis pelos acessos a áreas reservadas, por exemplo, a áreas reservadas à organização, zona VIP, entre outras.

As Instalações e os equipamentos desportivos são considerados elementos essenciais de todo o desenvolvimento no sector do Desporto das últimas décadas. Estes têm vindo a proporcionar uma melhor vivência do espetáculo desportivo, tanto na ótica de participante como espectador.

Atualmente, as instalações desportivas são vistas como uma referência da capacidade económica e tecnológica de muitas cidades e países.

A sofisticação dos equipamentos é cada vez maior, o que leva a uma exigência de manutenção e de conhecimento técnico cada vez mais rigorosos, para além da subida do seu preço. Este facto leva as organizações a testarem com antecedência todos os equipamentos, de modo a evitar imprevistos e estar preparado para qualquer situação.

A Segurança é um fator especialmente importante na gestão de eventos e na escolha do local onde o evento se vai realizar congregando muitos participantes ou por estes, mesmo em menor número, necessitarem de uma proteção especial. A segurança refere-se às medidas que previnem o perigo de

ações intencionais, enquanto que a proteção se relaciona com o sentimento de ausência de perigo garantido pela vigilância. Um participante num evento ou um turista sente-se protegido quando sabe que há segurança (Vieira, 2015).

Nos últimos anos, este indicador foi o que mais se alterou, por razões alheias à responsabilidade do Desporto, mas a organização tem de assumir responsabilidade pela segurança dos seus participantes. Para o efeito, a organização tem de envolver os meios de segurança, privados ou públicos, de forma a estabelecer planos de atuação em função do desenrolar dos acontecimentos ou das expectativas que são criadas para cada situação.

Como os eventos desportivos são caracterizados por originar uma grande aglomeração de pessoas, a visibilidade de alguns dos eventos desportivos é só por si momentos de enorme interesse para quem possa querer desenvolver uma ação de grande repercussão do ponto de vista mediático. Neste sentido, é inevitável uma interação constante e intensa entre as autoridades e os organizadores desde muito cedo, na fase de idealização e de conceção do evento.

Durante o evento, tem de existir um conjunto de meios de intervenção rápida com o intuito de gerar condições de socorro em todas as situações que possam ocorrer. Esta Assistência Médica pretende evitar ou resolver situações inesperadas durante o evento desportivo. Desta forma, deve ser traçado anteriormente um plano de atuação, que tenha em consideração a dimensão e as características específicas do evento.

Segundo Manaças (2014) nesse plano devem existir alguns aspetos a reter:

- Quando tratamos de segurança, nada pode ser deixado ao acaso e dependente da sorte;
- O plano deve obedecer aos procedimentos normais e ter em conta a avaliação dos riscos e ameaças;
- Deve-se procurar que o Protocolo – com o respeito das normas, regras e costumes, a sua estética, não seja prejudicado pela segurança, pelo que se exige uma prévia e perfeita coordenação entre os responsáveis

de ambas as áreas, contudo, nunca se pode negligenciar a questão da segurança;

- As ações do pessoal de segurança devem respeitar os princípios de “*proteger sem distanciar*” e de “*fazer segurança com discrição*”.

O evento desportivo deve ter em consideração a criação de um conjunto de condições que faça com que os intervenientes dele se sintam agradados e gratificados pelo seu esforço de participação.

Este conceito de Hospitalidade envolve na verdade múltiplos aspetos que vão desde a divulgação do evento, à aquisição dos ingressos, à receção quer seja no aeroporto, hotel, estádio ou zona específica, ao tipo de acolhimento por parte do Staff, à distribuição de pequenas lembranças, à disponibilização de fotografias e vídeos em site próprios, à criação de momentos especiais, quer de música, às memórias, à participação em ações especiais individuais ou de grupo, à acessibilidade aos meios de restauração, à qualidade e limpeza dos sanitários, à qualidade e segurança dos locais para assistir ao evento, à facilidade na aquisição do “merchandising”, à disponibilização de programas de viagem e estadia e de programas turísticos e culturais alternativos como visitas aos centros históricos da cidade ou região, aos cuidados para com os acompanhantes dos participantes, sejam eles crianças, idosos ou apenas pessoas com gostos alternativos

Em função da dimensão do evento, a situação ideal passa pela existência de um membro ou departamento da organização especialmente dedicado ao acompanhamento aos órgãos de comunicação social que sejam capazes de a cada momento enquadrar a atividade e de disponibilizar um conjunto de dados de apoio que se julguem necessários.

A Gestão de Recursos Humanos tornou-se numa das tarefas mais complexas inerentes à organização de um evento. Para o correto recrutamento dos RH começa pela identificação de todas as áreas que são necessárias para a execução do evento e do número de intervenientes que são precisos para a

desempenhar as ações. A diversidade e número de técnicos e auxiliares que hoje são exigidos para por em marcha mesmo as organizações mais simples obrigam a um profundo domínio destas técnicas de gestão.

Nos eventos desportivos, uma das maiores dificuldades colocadas é garantir a diversidade das equipas que têm de trabalhar em conjunto partindo de pressupostos tão distintos. Mais uma vez esta dificuldade estará dependente da dimensão global do evento.

A vida em sociedade exige o estabelecimento de regras que facilitem as relações entre as pessoas. Estas regras promovem o respeito entre os indivíduos e permitem essencialmente que se comunique adequadamente. O Protocolo pode definir-se como o conjunto destes preceitos a cumprir em cerimónias oficiais, conjugado com um conjunto de formalidades adotadas em eventos (Isidoro et al., 2013).

Desta forma, na organização de eventos a arte de bem receber, com regras e cortesia, é vital. O protocolo é considerado um fio condutor de todas as ações para um bom desenrolar do evento.

Assim, a organização de um evento desportivo é julgada não apenas pela competição, mas também pela imagem que dá de si própria através das relações com os intervenientes (atletas, convidados, entre outros) e com o público (Manaças, 2014).

Sendo o evento momento por excelência de visibilidade e notoriedade é, também no capítulo das hierarquias, implacável quanto a algum erro ou esquecimento. Assim, é importante a presença de profissionais qualificados nesta área de forma a evitar situações indesejadas e que ponham em risco a reputação da organização.

A Competição é considerada uma parte essencial do evento desportivo, pois despoleta o interesse, a qualidade e a incerteza do resultado até ao último momento, sendo este um fator decisivo para o valor e interesse que vai despertar junto do público e, claro, junto dos meios de difusão da informação, que depois

criarão a onda de valor acrescido enquanto fenómeno mediático, a que as agências de publicidade e os patrocinadores se querem associar.

Desta forma, uma das estratégias de atração do interesse do público é através da presença de grandes campeões ou ex-campeões.

A capacidade de disponibilidade de milhares de pessoas em todo o mundo para trabalharem de forma não remunerada foi o que permitiu o desenvolvimento crescente dos eventos desportivos. Sem o Voluntariado não seria possível o Desporto ter atingido a dimensão que tem atualmente.

Os motivos que atraem as pessoas a quererem fazer parte do evento com este papel são diversos, mas a possibilidade de serem intervenientes diretos no evento é um os principais.

A participação do voluntário acarreta custos associados, tais como com a sua disponibilidade para trabalhar para um grande evento, ou seja, deslocações, alimentação, equipamentos e, muitas vezes, as pequenas recompensas como momentos especiais, um jantar ou uma festa convívio, são elementos essenciais para que no futuro seja possível manter esta ligação e disponibilidade das pessoas para participarem. Esta gestão do voluntariado necessita de técnicas muito específicas e sistemas de recompensa que têm de ser claros e inequívocos.

O termo Logística associado aos eventos corresponde à gestão dos recursos associados à organização dos mesmos e deve fazer parte planeamento global de um evento, estando ligada a todas as áreas e estende-se desde os mais banais como dos materiais para as tarefas administrativas até às tecnologias mais avançadas que permitem os momentos mais importantes dos eventos.

O departamento de logística deve estar capacitado para a plena montagem, controlo e desmontagem do evento, possuindo técnicos e meios de intervenção com conhecimento para resolver desde problemas simples de avarias, a menos simples e muito específicos como incompatibilidades entre

diversas ferramentas informáticas que por interação direta ou por proximidade possam alterar de forma inesperada o comportamento dos equipamentos.

Os serviços administrativos intrínsecos a toda a equipa envolvida na organização do evento são também uma responsabilidade deste setor.

Segundo os preceitos do **Marketing**, a organização deve concentrar a sua atenção em satisfazer as necessidades de um grupo de pessoas com algumas características homogéneas, ou seja, o mercado-alvo. Para além de se preocupar com os participantes do evento, a organização desenvolve estratégias para a prospeção, contratualização e fidelização de patrocinadores que, neste contexto, são definitivos para podermos obter sustentabilidade financeira.

O departamento de **gestão do risco** é bastante importante face à imprevisibilidade da atividade de organizador de eventos desportivos. Os intervenientes devem estar sempre preparados para qualquer eventualidade, para que esta não afete o sucesso do evento desportivo.

### **3. As Provas de Estrada**

Atualmente existe um grande crescimento na procura de uma atividade física. A corrida surge como uma prática desportiva com um crescimento acelerado desde a década de 1970 (Balbinotti et al., 2015).

As provas de estrada podem ser consideradas como um fenómeno social crescente, que atualmente envolve pessoas, empresas de diversos setores e profissionais especializados na área de condicionamento físico e saúde, caracterizando-se como um tipo de atividade que emprega pessoas e gera riquezas (Campos et al., 2014).

Atualmente, a Federação Internacional das Associações de Atletismo (IAAF) conceitua as provas de estrada como as disputadas em circuitos de rua, avenidas e estradas com distâncias oficiais que podem variar entre 5 e 100 Km (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

Estas corridas acontecem em ruas, parques e estradas e espaços públicos na maioria das vezes.

O facto de a atividade ser exercida em ruas, avenidas, parques e praias, espaços abertos, públicos, reduz barreiras existentes quando se opta por outras práticas de tempo livre, como desportos que exigem equipas e adversários, campos ou campos, e espetáculos que exigem salas especiais.

### **3.1. A prática da corrida**

Pessoas correm há muitos séculos. A evidência mais antiga da existência dessa prática está na representação esquemática de dois corredores em um vaso da civilização micênica do século 16 a.C. (Cabral, 2004).

As pessoas correm para manter ou melhorar a qualidade de vida, melhorar a estética, diminuir o stresse, ter o prazer de ganhar uma competição e premiações ou apenas competir (Azevedo & Albergaria, 2012). Os motivos que levam o indivíduo à prática da corrida são vastos, pelo que existem aqueles que correm apenas pelo prazer de realizar uma atividade e completá-la provando a si mesmo que são capazes, pelo apoio social ou para desafiar o seu o tempo e a classificação na prova (Massarella & Winterstein, 2009).

A realização das provas de estrada em percursos abertos torna cada uma das provas peculiar. As condições climáticas, sol, chuva, vento, humidade alteram radicalmente a performance de cada um dos corredores

Segundo o estudo de Azevedo & Albergaria (2012), os principais incentivadores para que tais atletas aderiram a esta prática desportiva são os amigos, seguido dos professores/treinadores. A corrida parece proporcionar sentimentos de prazer desde os primeiros treinos e este só tende a aumentar com a prática (Balbinotti et al., 2015), o que leva a uma adesão a esta atividade, principalmente com a meta da saúde e da melhoria da condição física do praticante.

Já o retorno financeiro não é considerado como fator motivador para o início na prática da corrida. Desta forma, a corrida é compreendida como uma

prática desportiva saudável e que trás benefícios para a saúde e qualidade de vida, assim como meio para melhorar a estética e é uma prática de lazer (Azevedo & Albergaria, 2012).

Este aumento no número de praticantes de corrida pode ter diversos motivos, tais como:

- a) promoção da saúde: melhoria dos níveis de colesterol
- b) sentimento de prazer: sensação de bem-estar e realização própria;
- c) benefícios estéticos: maior utilização de gordura como fonte de energia para o exercício, maior gasto calórico e controlo do peso corporal;
- d) uma forma de controlar o stresse: ignorar o que está a acontecer ao redor e concentrar-se na atividade que está a fazer;
- e) competir: procurar o melhor rendimento e competir com outros e consigo mesmo;
- f) poder estar com outras pessoas (no caso de grupos de corrida): treinar com alguém do seu nível, e não contra alguém, tornando o treino mais agradável.

(Cogo, 2009; Massarella e Winterstein, 2009; Ocarino e Serakides, 2006; Santos e Borges, 2010; Weineck, 2003 citado por Balbinotti et al. (2015))

Massarella e Winterstein (2009) relatam que os praticantes sentem prazer, alegria e felicidade por correr, fazendo com que esse desporto se torne um hábito autossustentado

Saba e Pimenta (2008) relatam que o setor desportivo no país tem relevado uma crescente participação nos média, nos negócios, na economia e principalmente, no lazer das pessoas (Ribeiro & Costa, 2013).

Desta forma, associando a estes benefícios a saúde, alia-se a facilidade da prática, sobretudo das corridas, que têm atraído cada vez mais adeptos, tornando-se assim uma modalidade desportiva cada vez mais popular (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).



Quanto à caracterização dos participantes, a pesquisa de Truccolo et al. (2008) evidencia que há dois perfis de praticantes: aqueles que praticam sob a orientação de um profissional de educação física e aqueles que praticam sem tal orientação. No caso do primeiro perfil, ter a orientação de um profissional é considerado um fator de motivação para a prática. Já para os praticantes do segundo perfil, os fatores motivacionais principais são a diversão e a possibilidade de praticar a corrida no bairro onde vivem. Contudo, foi constatada a melhoria do condicionamento físico e da saúde como motivação comum entre os dois perfis de praticantes.

Já para Hayek (2014) existem três tipos de pessoas que buscam resultados nas corridas: as que correm e procuram seu próprio tempo e posição, procurando superar-se, as que conferem o resultado para comparar-se a amigos e os organizadores das provas que vêem os resultados como dados estatísticos e de investimentos.

### **3.2. A origem das Provas de Estrada**

As Provas de Estrada surgiram no século XVIII, em Inglaterra, e popularizaram-se entre as comunidades de trabalhadores operários (Ribeiro & Costa, 2013). Posteriormente, a modalidade expandiu-se para a restante Europa e Estados Unidos.

De acordo com Rojo (2014) as primeiras Provas de Estrada, como as que vemos hoje, tiveram início no século XVII e após a primeira Maratona Olímpica, no final do século XIX, as estas difundiram-se ainda mais, particularmente nos Estados Unidos (Ribeiro & Costa, 2013). Rojo (2014) afirma ainda que a primeira competição com classificação e medida de tempo aconteceu em 1837 e o seu percurso tinha uma distância de 84 km.

Já Mandell (1984) apresenta outra versão para o surgimento das corridas a pé na Inglaterra. Os primeiros corredores seriam os *footmen*, empregados que, no século XVI, iam, a pé, na frente e ao lado das carruagens, para conduzir os cavalos de modo a evitar grandes buracos e troncos caídos e para segurá-las

em caso de oscilações perigosas e que perderam suas as funções com as melhorias nas estradas.

Após a década de 1970, houve, nos Estados Unidos, um evento chamado “Jogging Boom”, baseado nas teorias apresentadas pelo médico americano Kenneth Cooper, criador do “Teste de Cooper”, que pregava a prática da corrida como forma de lazer e busca pela saúde. Também na década de 70 surgiram provas onde foi permitida a participação popular junto aos corredores de elite, porém com partidas separadas para os respectivos pelotões (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

Houve assim um aumento significativo no número de provas e de participantes nas Provas de Estrada (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006), permitindo um crescimento extraordinário da modalidade.

### **3.3. Tipos de Provas de Estrada**

Os eventos de corrida podem ser divididos em duas categorias, as *corridas convencionais*:

“[...] são populares, geralmente estão mais vinculadas aos valores mais tradicionais da corrida. Nelas, a maior parte dos corredores pertence às classes sociais mais baixas e há uma maior participação de corredores nível mais alto. Os corredores entrevistados afirmam que essas corridas são para os “corredores de verdade” ou para os “profissionais” (Oliveira, 2010)”.

Um segundo modelo de evento onde há a participação de um público com poder aquisitivo mais elevado, onde se há relação com a mudança do perfil socioeconômico desses praticantes, essas são as chamadas *corridas fashion*:

“[...] são as corridas mais elitizadas do ponto de vista econômico. Nelas as inscrições têm valores mais altos que nos convencionais, a produção é mais elaborada e envolvem “só os que podem”, um fato “lamentável” na visão dos corredores pesquisados. Alguns corredores de alto nível são convidados a

participar, representando e divulgando marcas, mas geralmente essa participação é bem mais baixa do que em corridas convencionais (Oliveira, 2010)".

### **3.4. O crescimento da prática da corrida e das Provas de Estrada**

Atualmente podemos observar uma procura crescente por parte da população pela prática da corrida e pela participação em Provas de Estrada oficiais. Este fenómeno leva-nos a uma questão: O que estará a incitar esta participação massiva em eventos deste género e a procura por este tipo de serviço especializado?

Este levantamento e análise inicial permite-nos inferir ser muito expressivo o fenómeno de crescimento do número de provas e de praticantes de corrida, situação cujas explicações e implicações precisam de ser mais bem exploradas e relacionadas à prática de atividade física da população em geral (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

O aumento observado em provas de estrada caracteriza-se por uma busca pela melhoria na qualidade de vida, integração social, promocional, negócios e responsabilidade social, além de para alguns apresentar-se como profissão (Hayek, 2014).

A princípio, a procura pela prática da corrida ocorre por diversos interesses, que envolvem desde a promoção de saúde, a estética, a integração social, a fuga do stresse da vida moderna, a busca de atividades prazerosas ou competitivas. Referindo-nos a última perspetiva, ser competitivamente bem classificado tornou-se um atrativo, visto que isso se associa ao grande número de provas com premiações, dos mais variados valores, em dinheiro ou em bens, patrocínios, prestígio social, ou ainda, o estar em evidência (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

A corrida apresenta-se como uma prática desportiva acessível para grande parte da população, uma vez que nem todos dispõem de profissionais para orientação, não sendo condição básica para a prática do desporto, e acima de tudo, proporciona bem-estar e melhora a qualidade de vida. (Hayek, 2014).

Para além destes fatores podemos acrescentar que este aumento exponencial de praticantes e participantes nas Provas de Estrada advém de um contágio pelos resultados e medalhas recebidas, apresentando-se como uma conquista pessoal, profissional e desportiva.

O ato de comparar o rendimento com outras pessoas, ou consigo mesmo, pode levar os indivíduos a manterem-se na atividade (Balbinotti et al., 2015)

De acordo com Oliveira (2010), as Provas de Estrada têm vindo a sofrer algumas alterações, sendo que as principais expõem a articulação de três fenômenos que tem ocorrido:

- 1) a transição de perfil do participante das Provas de Estrada, alterando as relações percentuais de género, faixa etária, classe social e nível de performance;
- 2) o surgimento de novos modelos de eventos de corridas, que podem ser divididos em duas classes principais, as *corridas convencionais* e as *corridas fashion*;
- 3) o surgimento dos grupos de corrida, que pretende agregar os novos perfis de corredores, colocar-se como alternativa de emprego para ex-atletas e sofre influências pedagógicas baseadas em valores carregados por esses novos profissionais.

A partir da leitura e análise dos estudos de Rojo (2014), chegamos à conclusão que as transformações ocorridas nas provas de estrada são muitas. A princípio a modalidade, que apenas contemplavam os atletas chamados “profissionais”, pertencentes à elite do desporto, após a década de 1970 passa a contemplar também todos os demais cidadãos, habitualmente chamados atletas “amadores”. Com o aumento de pessoas que praticam corrida houve também o aumento no número de provas.

Curiosamente, se analisarmos os dados estatísticos disponíveis, notamos que, tanto o número de corredores que concluem as maratonas, quanto o tempo de conclusão da prova para a maioria destes participantes, tem vindo a aumentar nos últimos anos. Contudo, esta relação é inversa para os corredores de elite,

cujos tempos têm diminuído. Isso deve-se possivelmente a uma maior tolerância de tempo para a conclusão ou com a presença de um número cada vez maior de participantes não atletas com interesses particulares diversos (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

Associado ao aumento do cronograma desportivo desta modalidade, constata-se que o expressivo aumento do número de participantes tem impacto diretamente na logística do evento, compreendendo a mobilização das equipas de apoio, equipas de treinadores e no acesso dos participantes ao local do evento (Hayek, 2014). Estes fatores tornam este setor do mercado cada vez mais atrativo para novos investidores.

Acredita-se que este crescimento se deva a algumas peculiaridades do desporto supracitado, como: fácil acesso da população apta, baixo custo para organizadores, assim como para o treino e participação, caracterizando-se por ser uma atividade física popular ou de massa e inclusive, por ser considerada uma atividade relevante na perspetiva do lazer (Rojo, 2014).

Salgado & Chacon-Mikahil (2006), defendem que têm ocorrido mudanças no número de atletas de elite, que está cada vez menor em relação ao número de atletas amadores, sendo que os resultados apontam que essa percentagem de atletas de elite não chega a 1% dos corredores inscritos nas provas.

Um dos fatores que também contribuem para este *boom* na prática e participação em Provas de Estrada são os grupos de corrida.

Os agrupamentos conhecidos anteriormente eram chamados de equipas de corridas, e possuíam características diferentes dos novos grupos de corridas. As equipas de corridas eram formadas por atletas que compunham a elite das corridas e procuravam sempre a alta performance. Atualmente, os grupos de corrida surgem principalmente da relação entre amigos que se juntam para participar nas corridas. (Rojo, 2014)

A sociabilidade parece ser um fator que, com o tempo, se torna cada vez mais relevante para a manutenção da prática da corrida (Balbinotti et al., 2015).

## 4. O Gestor Desportivo

As funções do gestor desportivo são diversas, desde a Liderança, a Conceção, a Coordenação e a Operacionalização dos processos, deste modo também as suas competências têm de ser abrangentes.

O Gestor desportivo pode intervir na gestão de instalações desportivas, gestão de projetos, coordenação administrativa e organização de eventos desportivos. Na área de gestão de projetos, tem de coordenar as ações de gestão política, áreas técnicas específicas, imagem, comunicação, marketing, patrocínio, finanças e gestão administrativa. Já na gestão de instalações desportivas, tem a seu cargo a gestão de recursos humanos, o marketing, o patrocínio, as áreas técnicas específicas, a gestão comercial e as relações públicas. Na coordenação administrativa as ações a coordenar são a gestão de RH, a gestão do produto, as relações públicas, a qualidade e as finanças. Por fim, na organização de eventos desportivos, coordena a gestão de recursos humanos, a logística, a imagem, a comunicação, o marketing, o patrocínio e as finanças.



Figura 5 - Funções do Gestor Desportivo (Sarmiento, 2011)

### 4.1. Competências e Característica

Na literatura, o conceito de competência apresenta-se associado à capacidade de as pessoas gerarem resultados para a organização e à

capacidade que a própria organização tem de garantir mercados atuais e futuros.

Desta forma, de acordo com Arraya (2014), pode considerar-se competência como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que, associados a um determinado cargo e situação, permitem à pessoa atingir resultados individuais que contribuem para o alcance dos objetivos e metas organizacionais.

Para Mintzberg (2003), as funções do gestor desportivo podem dividir-se em três âmbitos, as funções interpessoais: de representação, de liderança e de ligação; as funções de informação: de recolha, de disseminação e de transmissão de ideias; e as funções de decisão: de compreensão, de distribuição, de afetação de recursos e de negociação.

Arraya (2014) apresenta as competências num gestor desportivo, dividindo-as em quatro dimensões:

- Competências institucionais – conjunto de qualificações e tecnologias da instituição, necessárias ao alcance dos objetivos estratégicos;
- Competências comportamentais – conhecimentos, habilidades e atitudes pessoais necessários para interagir com as pessoas, desenvolver potencialidades, difundir a cultura e melhorar processos organizacionais;
- Competências técnicas – conhecimentos, habilidades e atitudes críticas para atuar com sucesso em cada negócio, área e cargo na instituição;
- Competências de liderança e gestão – conhecimentos, habilidade e atitudes necessárias para saber gerir pessoas, gerir equipas e gerir a comunicação.

Por sua vez, Pires & Sarmento (2001) , sintetizam as características que o gestor desportivo deve apresentar consuante o momento de realização da tarefa.

Quadro 1 - Características do Gestor Desportivo (Pires & Sarmento, 2001)

Concepção	Informação	Interrelação	Decisão
Conhecimento	Recolha	Liderança	Empreendedor
Previsão	Disseminação	Ligação	Resolução de problemas
Criatividade	Porta Voz	Representação	Negociação

No caso das provas de estrada, a concentração de corridas pelo mesmo organizador favorece a facilidade por parte do interessado no evento, bem como aprimora a logística de operação considerando a experiência da organizadora (Hayek, 2014). Segundo o mesmo autor, o crescimento desta modalidade desportiva favorece o modelo de negócio de empresas organizadoras e promove patrocinadores



## **CAPÍTULO II**

### **A PRÁTICA PROFISSIONAL**



## **CAPÍTULO II – A Prática Profissional**

### **1. Caracterização do Estágio Profissionalizante**

#### **1.1. Objetivo**

A realização de um Estágio Profissionalizante permitiu a inserção no mercado de trabalho, o que possibilitou o desenvolvimento de competências como gestora desportiva, a vivência de experiências práticas na área e a identificação com esse mercado de trabalho.

A escolha por uma empresa de organização de eventos desportivos recaiu no facto da preferência por este âmbito, o que proporcionou obter um desenvolvimento pessoal e profissional e o estabelecimento de contactos no meio empresarial.

Desta forma, pretendeu-se vivenciar de forma ampla todos os processos que advêm da organização de um evento, antes, durante e após o mesmo, proporcionando a oportunidade de estar inserida na maioria dos setores e tarefas, experienciando todas as fases de modo direto, ou seja envolvida em primeira mão na tarefa, ou indireto, apenas observando ou sendo informada sobre os procedimentos realizados.

#### **1.2. Horário**

O horário estipulado para a realização do Estágio Profissionalizante foi de segunda-feira a sexta-feira das 9h30 às 12h30 e das 14h30 às 19h00.

Nos fins-de-semana com provas, o horário normalmente estendia-se para sábado (Feira do Evento) e domingo (dia do Evento).

## 2. Caracterização da Entidade Acolhedora – Runporto.com

A Runporto.com é uma empresa privada que atua no setor da organização de eventos desportivos. A sede social localiza-se no concelho do Porto, Rua António Silva Torres, 128 4475-455 Nogueira da Maia, Portugal. Nesta morada funciona o armazém da empresa.

A atividade diária da empresa ocorre na “Loja do Corredor” situada na Rua Santa Luzia, 808 4250-415 Porto.

Estas instalações estão divididas em dois espaços. O primeiro é composto por uma receção, três escritórios e um espaço de arrecadação, que serve de armazém de algum do material. A outra área, o espaço do Corredor, foi criado para funcionar como uma espécie de museu e como local de realização de reuniões de maior dimensão, palestras e sessões de esclarecimento.

O horário de funcionamento é de segunda-feira a sexta-feira das 9h30 às 12h30 e das 14h30 às 19h00.



Figura 6 – Logótipo da empresa Runporto.com

A Runporto.com é uma marca relevante no setor da organização de eventos desportivos no âmbito das Provas de Estrada com grande impacto no norte do país e que pretende ser uma promotora de excelência do atletismo.

Com esta finalidade, organiza eventos associando-se a parceiros de excelência, o que lhe permite crescer cada vez mais a nível nacional e internacional, aumentando o impacto dos seus eventos nas localidades em que está presente, preocupando-se em descentralizar os eventos das grandes cidades, permitindo o desenvolvimento de áreas fora das áreas metropolitanas.

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na interação com todas as partes interessadas. Trata-se de um modo de contribuir para a sociedade de forma positiva e de gerir os impactos sociais e ambientais da organização como forma de assegurar e aumentar competitividade.

Quando se menciona a RSE referimo-nos, normalmente, à reciclagem do lixo doméstico e industrial, da reciclagem de *toners*, plásticos e papel, mas também do respeito pelas pessoas com quem se convive diariamente e ainda do apoio que se presta à sociedade.

Uma organização socialmente responsável, como a Runporto.com pretende ser, tendo em consideração, nas decisões que toma, a comunidade onde se insere e o ambiente onde opera. Há quem defenda que as organizações, como motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, só se realizam plenamente quando consideram na sua atividade o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a proteção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da sociedade em que se mobiliza. A Runporto.com preocupa-se com estes fatores e promove o desenvolvimento e a melhoria de condições de funcionamento de instituições de solidariedade locais através de donativos e apoio a causas relevantes na comunidade. Desta forma, em algumas corridas é efetuado um donativo a uma instituição ou associação que realize um trabalho relevante localmente. Durante as suas provas ambiciona envolver toda a comunidade no evento, tornando-o aliciante não apenas para o participante que corre, mas igualmente para toda a sua família, através das “Mini Corridas/Caminhadas” (provas de menor quilometragem e sem fins competitivos que acontecem em paralelo às competitivas) e de atividades paralelas, a fim de difundir a prática do desporto e de um estilo de vida saudável, contribuindo voluntariamente para o bem-estar e benefício da coletividade.

De modo a ampliar o seu leque de participantes e aumentar a área de intervenção, a Runporto.com aposta no incremento de eventos todos os anos,

apresentando inovações no panorama de provas a nível nacional, proporcionando uma descentralização das corridas da cidade do Porto. Como exemplo deste princípio temos a 1º Meia Maratona de Braga, a grande novidade do ano 2016.

## **2.1. Enquadramento Legal**

Segundo o artigo 25º da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), “toda a pessoa tem direito a um nível de vida suficiente para lhe assegurar e à sua família a saúde e o bem-estar”. Neste sentido, compete ao Estado “promover o bem-estar e a qualidade de vida do povo e a igualdade real entre os portugueses, bem como a efetivação dos direitos económicos, sociais, culturais e ambientais” (alínea d) do artigo 9º da Lei Constitucional n.º 1/2005, de 12 de agosto).

A prática de atividade física é considerada um instrumento essencial para a melhoria da condição física, da qualidade de vida e da saúde dos cidadãos. Assim, incumbe ao Estado difundi-la, apoiá-la e permitir o seu acesso a todos os cidadãos, de acordo com o artigo 13º da Lei Constitucional n.º 1/2005, de 12 de agosto, “todos os cidadãos têm a mesma dignidade social e são iguais perante a lei”.

Tendo o desporto uma grande importância no desenvolvimento integral dos cidadãos, é delegada ao Estado, em parceria com as escolas e as associações e coletividades desportivas, a função de “promover, estimular, orientar e apoiar a prática e a difusão da cultura física e do desporto, bem como prevenir a violência no desporto” (artigo 79º da Lei Constitucional n.º 1/2005, de 12 de agosto).

A definição das bases políticas de desenvolvimento da atividade física e do desporto está presente na Lei n.º 5/2007 de 6 de janeiro, a Lei de Bases da Atividade Física e do Desporto (LBAFD). Nesta lei estão definidos os princípios pelos quais a atividade física e o desporto se devem reger, tais como os da universalidade e da igualdade, da ética desportiva, da coesão e da continuidade territorial, entre outros. A LBAFD estabelece que as entidades que proporcionam

atividade física ou desportiva, que organizam eventos ou manifestações desportivas ou que exploram instalações desportivas abertas ao público, ficam sujeitas ao definido na lei, tendo em vista a proteção da saúde e da segurança dos participantes nas mesmas.

Em termos jurídicos, a Runporto.com é uma empresa em regime de sociedade comercial por quotas, constituída em março de 2004.

Segundo o artigo 1º do Capítulo I do Código das Sociedades Comerciais, consideram-se sociedades comerciais aquelas que “tenham por objeto a prática de atos de comércio e adotem o tipo de sociedade em nome coletivo, de sociedade por quotas, de sociedade anónima, de sociedade em comandita simples ou de sociedade em comandita por ações” (DL n.º 262/86, de 02 de setembro).

## **2.2. Contexto Institucional**

A Runporto.com, como o seu próprio nome indica, pretende desafiar as pessoas a correr, quer sejam atletas de fim-de-semana, quer sejam atletas de alta competição. É desta simbiose entre grandes campeões mundiais e atletas anónimos que se cultiva o sucesso e se promove a modalidade.

Deste modo, a Runporto.com tem como objetivo a gestão e organização de eventos desportivos ligados à modalidade de atletismo.

A entidade surge na sequência da criação do seu site, ideia inovadora na época, que advém de uma estreita colaboração com a Associação do Porto de Paralisia Cerebral (APPC), mais especificamente com o Dr. Abílio Cunha. Desta forma, o site foi concebido pela instituição e, de modo a prosseguir com o desenvolvimento do site, um funcionário da APPC, Hugo Loureiro, começa a trabalhar para a Runporto.com, ficando assim responsável por esse departamento.

A origem da escolha do nome da empresa recaiu no objetivo de este ser fácil de reter, em inglês, intuitivo e de levar o cliente diretamente ao site (ao dizer o

nome transmite-se imediatamente o site). O lema da Runporto.com é “Quebre a rotina, faça desporto”.

A empresa é constituída por dois sócios, Ricardo Teixeira e Tiago Teixeira, como uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, com capital social de 5.001€ e capitais sociais iguais.

#### 2.2.1. Visão

A empresa tem como visão continuar a ser uma organização prestigiada no desenvolvimento de eventos desportivos para a modalidade de atletismo, apresentando sistematicamente novidades, através da escolha diferenciada do local de prova, do tema do evento e adequando-se ao tempo e à tecnologia mais recente. Desta forma, pretende que “cada evento conte uma história diferente”, de modo a não ser mais um no calendário de provas, mas sim um acontecimento fantástico e único.

#### 2.2.2. Missão

Quanto à missão, assume os objetivos de apostar na inovação e ganhar eficiência, na promoção e gestão de eventos desportivos no seio da comunidade, e ser um potenciador de valor acrescentado para os cidadãos com uma dimensão de solidariedade sempre presente.

#### 2.2.3. Objetivos Estratégicos

A Runporto.com tem como objetivos estratégicos o investimento em equipamento para a realização das provas, de forma a ter uma atividade autónoma e, como consequência, a diminuição do número de fornecedores e o aumento das infraestruturas.



#### 2.2.4. Objetivos Operacionais

Quanto aos objetivos operacionais pretende, a curto prazo, colocar no mercado duas aplicações para *smartphones*, uma da Runporto e outra da Maratona do Porto e, a longo prazo, aumentar as fontes de financiamento que provêm das inscrições dos participantes, em relação ao financiamento por parte dos patrocinadores.

#### 2.2.5. Plano de atividades anual

Atualmente, a Runporto.com organiza 22 eventos por ano (2016), onde se encontram a Corrida do Carnaval (7 de fevereiro de 2016), Meia Maratona de Braga (28 de fevereiro de 2016), Corrida do Dia do Pai (20 de março de 2016), Corrida do Mar (3 de abril de 2016), Volta a Campanhã (17 de abril de 2016), Corrida/Caminhada Liberty Seguros (24 de abril de 2016), Médis Marginal Douro (30 de abril de 2016), Corrida da Mulher (15 de maio de 2016), Corrida da Primavera (22 de maio de 2016), Corrida das Festas de S. João de Braga (12 de junho de 2016), Corrida S. João do Porto (19 de junho de 2016), Porto a Subir (2 de julho de 2016), Corrida de S. Pedro (3 de julho de 2016), Marginal à Noite Esposende (16 de julho de 2016), Meia Maratona do Porto Sport Zone (18 de setembro de 2016), Marginal à Noite Matosinhos (24 de setembro de 2016), Corrida de Espinho (9 de outubro de 2016), Corrida dos Ossos Saudáveis (16 de outubro de 2016), 10 kms Marginal – Vila do Conde (23 de outubro de 2016), Maratona do Porto (6 de novembro de 2016), Meia Maratona de Famalicão (27 de novembro de 2016) e São Silvestre Cidade do Porto (18 de dezembro de 2016).

Conta ainda com o Programa Porto Antistress. Este consiste num programa de corrida e caminhadas organizadas e monitorizadas por profissionais de educação física, contando com o acompanhamento de técnicos de saúde, que ocorre no parque Oriental da Cidade, em Campanhã, com o apoio da Porto Lazer. Esta é uma atividade que se realiza de duas em duas semanas, ao domingo, totalmente gratuita, não implica inscrição e pretende o aumento dos

hábitos de atividade física da população.

## 2.3. Estrutura da Organização

A Runporto.com é uma empresa de dimensão pequena, com um número de recursos humanos diários reduzido, que organiza eventos de grande escala. Desta forma, é importante que todos os colaboradores saibam executar tarefas de várias áreas, não existindo cargos plenamente definidos.

Nas instalações da empresa trabalham diariamente sete colaboradores. Durante os eventos o número de colaboradores aumenta consideravelmente, de forma a que toda a logística do evento se possa concretizar. Um dos setores importantes na realização das provas é o dos trabalhadores em regime de voluntariado.

### 2.3.1. Organograma sede

A estrutura organizacional da Runporto.com está estruturada numa hierarquia simples, definida por três membros da administração, órgãos de gestão, que coordenam as funções da equipa de trabalho em dois eixos estratégicos. Esta equipa desempenha diariamente funções na empresa.

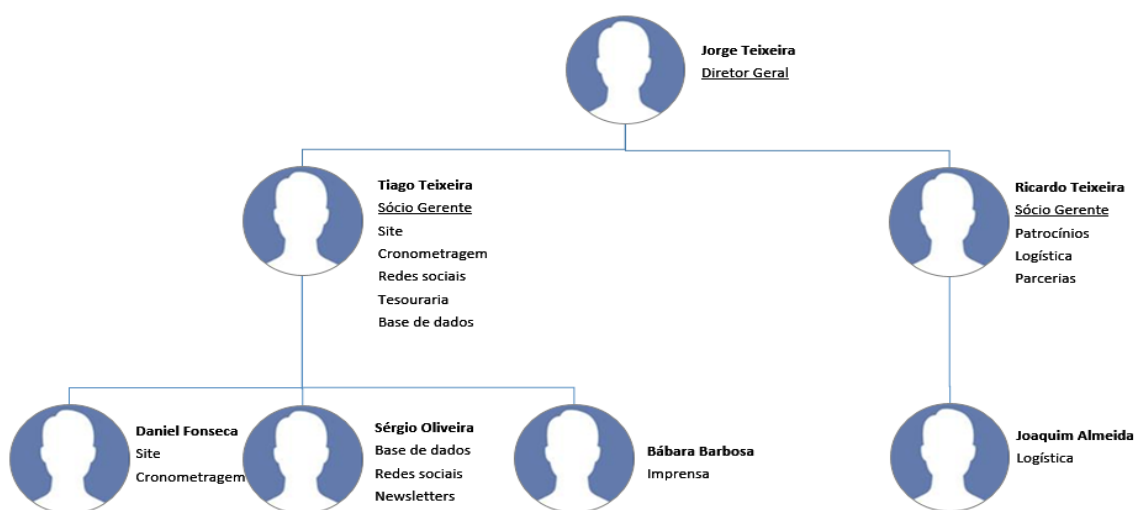


Figura 7 - Organograma da sede da Runporto.com

### 2.3.2. Organograma dos Eventos

Durante os eventos, a empresa aumenta o número de colaboradores e as áreas de intervenção são diferentes, adequando-se às funções necessárias à realização do evento. A equipa é liderada pelo Diretor Geral, dividindo a sua atuação por dois eixos estratégicos.

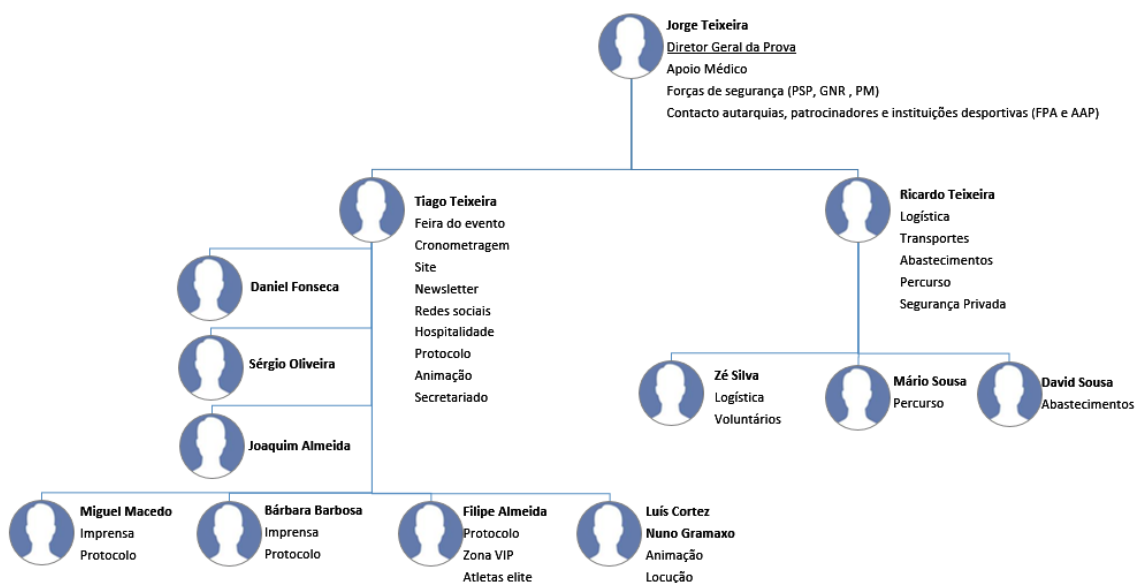


Figura 8 - Organograma dos eventos da Runporto.com

### 2.4. Modelo de Negócio Canvas

O Canvas representa o modelo de negócios de uma empresa e surgiu com a finalidade de cobrir a lacuna da falta de definição a respeito do conceito de modelo de negócios. Osterwalder & Pigneur (2011) defendem que os modelos de negócio podem ser mais bem descritos a partir do Business Model Canvas.

As informações que tal modelo carrega contribuem para unir conceitos importantes de estratégia e inovação de forma simples e visual. Além disso, a ferramenta descreve como uma organização cria, entrega e captura valor (Kallás, 2012).

“A estrutura de uma organização pode ser definida simplesmente como a totalidade de maneiras que o trabalho é dividido em tarefas distintas e a coordenação exterior dessas tarefas” (Mintzberg, 2003). Desta forma, o Modelo de Negócio descreve a lógica de como uma organização cria, captura e entrega valor ao consumidor.

O Modelo de Negócio pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso da mesma tecnologia ou produto. Este modelo é constituído por nove blocos que permitem visualizar, anotar e relacionar ideias: o segmento de clientes, a proposta de valor, os canais, o relacionamento com o cliente, as fontes de renda, os recursos-chave, as atividades-chave, as parcerias-chave e a estrutura de custos.

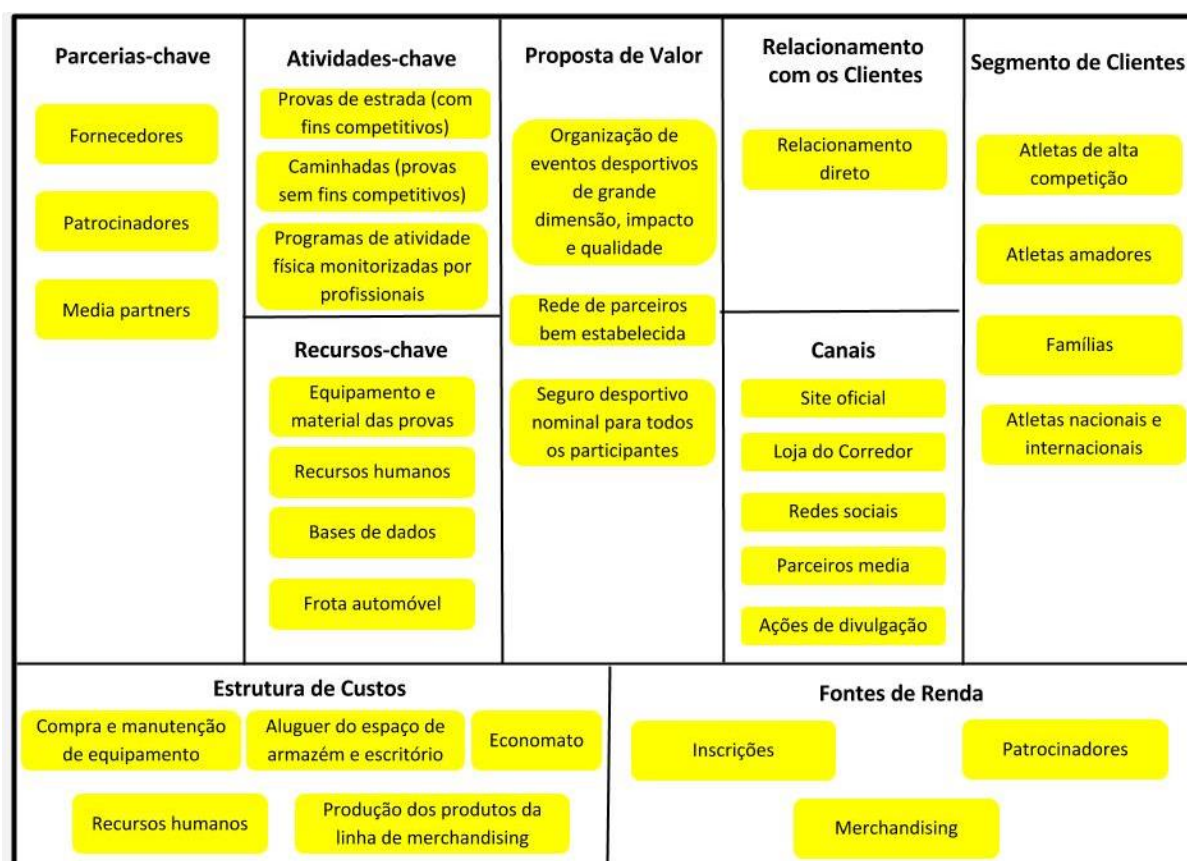


Figura 9 - Modelo de Negócio Canvas da Runporto.com

## 2.5. Análise Swot

A Análise Swot visa estudar não só os pontos fortes e fracos dentro da organização, mas também as oportunidades e as ameaças que o ambiente externo lhe proporciona.

A análise de oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos tem um papel bastante útil na compreensão do ambiente interno e externo de uma organização.

Pedro et al. (2012) consideram que o ambiente externo inclui todos os fatores capazes de influenciar a organização, mas sobre os quais a organização não tem qualquer poder de influência. Estes fatores ajudarão a empresa a tomar decisões a vários níveis, que podem ir da seleção de mercados, até à programação, às campanhas promocionais ou à política de preços. Pode também identificar ameaças, como o aparecimento de eventos rivais.

As principais componentes do ambiente externo incluem os fatores político-legais, ou seja, as regulamentações legais estabelecidas pelo Governo que influenciam a sociedade; os fatores económicos, tais como o nível de desemprego, a inflação, taxas de juro, níveis de remuneração, entre outros; os fatores socioculturais, que incluem a composição ética de uma população ou estilos de vida, por exemplo; e fatores tecnológicos, onde se integram as mudanças nos equipamentos e máquinas que influenciam a forma de realizar tarefas.

Depois de terminar a análise externa, deve ser efetuada uma análise interna dos recursos físicos, financeiros e humanos da empresa e, desta forma, verificar os seus pontos fortes e fracos, no que se refere ao nível de capacidade de gestão, das relações com fornecedores, da qualidade das componentes dos eventos, do acesso à tecnologia necessária, do acesso aos recursos financeiros, da reputação, do relacionamento com o Governo ou câmaras municipais e com patrocinadores.

Para melhorar a ação, a instituição deve centrar-se nos pontos fortes, reconhecer as fraquezas, agarrar as oportunidades e proteger-se contra as ameaças.

Quadro 2 - Análise Swot da empresa Runporto.com

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Profissionais competente e experientes Marca reconhecida no segmento de mercado Reputação dos serviços Bons equipamentos Tecnologia atualizada Capacidade de inovação Boas relações com autarquias	Número reduzido de colaboradores efetivos
Oportunidades	Ameaças
Novas tecnologias Mercado em expansão	Fatores político-legais desfavoráveis Mercado concorrente Conjuntura económica e social do país

## 2.6. Marketing Mix

Numa sociedade cada vez mais consumista e capitalista, em que a lei da oferta excede em larga escala as necessidades da procura, surge a necessidade de encontrar formas apelativas e sensibilizadoras de atrair a atenção do consumidor e ajudá-lo a tomar decisões, nomeadamente o marketing e a publicidade. Neste sentido, é muito importante que cada organização elabore um Plano de Marketing. Uma das componentes desse Plano é o Marketing Mix.

O Marketing Mix é uma análise de várias variáveis que devem ser controladas



Figura 10 - Marketing Mix de uma organização

para que a organização consiga atingir o seu mercado alvo. Essas variáveis são: o Produto, o Preço, a Praça e Promoção.

No caso da Runporto.com, o **Produto** é caracterizado pelos serviços relacionados com os eventos que organiza (os serviços estão mencionados no ponto 2.2.5 do Capítulo II).

Como o **Mercado Alvo** da empresa é o público vasto, desde os atletas de alta competição, os amantes da corrida e as suas famílias, os **Preços** aplicados são acessíveis a este público e adequados à dimensão da prova.

As características relacionadas com a localização da possibilidade de adquirir os serviços que a empresa presta são expostas na **Praça**, estes podem ser obtidos na Loja do Corredor, que está localizada no Porto, na zona de Santa Luzia (já descrito no ponto 2 do Capítulo II), nas Lojas Sport Zone do Grande Porto e no site da empresa.

Para a **Promoção** dos eventos são praticadas várias estratégias de divulgação. Estas incluem, entre outras, ações de divulgação, tais como o desenvolvimento de uma coluna Runporto.com no programa “A Praça”, publicidade permanente no exterior, site, *facebook*, promoção dos eventos em feiras internacionais e troféu Runporto. Esta ação pretende a participação regular dos atletas, principalmente dos atletas de alta competição, nas provas que são organizadas pela empresa, pois promove a regularidade e os bons resultados obtidos nos eventos. Desta forma, os atletas ao participarem nas provas vão acumulando pontos, consoante a sua classificação, e, no final do ano, é realizada a contabilidade dos pontos e são atribuídos prémios aos atletas melhor classificados.

### 3. Os Eventos

Os eventos desportivos, nomeadamente as Provas de Estrada, são o foco principal de desenvolvimento da Runporto.com. Deste modo, em seguida apresentamos uma breve descrição de cada evento em que estive presente.

#### 3.1. Maratona do Porto

Num mercado concorrencial muito denso e em pleno crescimento, a Maratona do Porto conseguiu a proeza rara de em apenas três edições passar de uma primeira abordagem, para uma prova de classe internacional e ser a maior e melhor maratona portuguesa. A partir daí, a Maratona do Porto criou raízes concretas e fortes a ponto de se poder dizer que é já uma instituição incontornável do desporto português, com crescente repercussão fora de fronteiras.

A primeira edição desta corrida aconteceu dia 17 de outubro de 2004 e valeu pela novidade e pela certeza de ter sido um marco importante no desenvolvimento do atletismo em Portugal. Trezentos e dezoito atletas terminaram os clássicos 42195 m, dos quais cerca de um terço em estreia na distância (Lopes, 2013). Desde a sua primeira edição, a Maratona do Porto mostrou que sempre se pôde desdobrar em várias facetas importantes e, em

particular, em duas principais: a vertente dos resultados de topo e a do número de participantes.

As cidades do Porto, Matosinhos e Vila Nova de Gaia acolheram a 12<sup>o</sup> edição da Maratona do Porto EDP, no dia 8 de novembro de 2015.

Esta edição da Maratona do Porto apresentou algumas novidades relativamente ao seu percurso e ao local de partida e de chegada, agora concentrados no Queimódromo, oferecendo aos seus participantes um maior conforto e um conjunto de facilidades e atividades que as



Figura 11 - Cartaz promocional 12<sup>a</sup> Maratona do Porto



anteriores zonas de partida e de chegada não permitiam, o que atraiu mais gente ao evento, principalmente os familiares e amigos dos participantes.

Procurando sempre inovar e aumentar a qualidade, cada vez mais reconhecida, quer a nível nacional quer a nível internacional, a Maratona do Porto EDP continua a assumir o seu papel, para além da vertente desportiva, de embaixadora nacional e internacional de uma zona cada vez mais procurada pela sua beleza natural, arquitetónica e paisagística e pela sua profunda e extraordinária capacidade hospitaleira, pois procura sempre elevar-se ao mais alto nível junto dos participantes.

Com as três vertentes do evento, 42 km, 15 km e 6 km, verificou-se uma extraordinária participação nacional e internacional, atletas de 52 países, de todas as faixas etárias. A juntar aos participantes, não devemos esquecer os milhares de acompanhantes, amigos e familiares, que se juntaram em diferentes zonas do percurso, para apoiar os que corriam ou caminhavam.

O grande objetivo do evento era ultrapassar o recorde nacional de finalizadores de uma maratona em Portugal, fixado em 4041 pessoas na edição do ano 2014 no Porto, feito que foi alcançado, alcançando na última edição os 4558 finalizadores.

Um dos contratempos desta prova foi o intenso calor que se fez sentir, o que não permitiu a quebra de recordes de tempo que era prevista nesta edição.

### **3.2. Meia Maratona de Famalicão**

A Meia Maratona de Famalicão EDP Gás representa para toda a região uma aposta de sucesso. Os quase 3000 participantes no ano de 2014 confirmaram que Famalicão merece ter um evento desta envergadura.

Desta forma a aposta numa 2ª edição significava a vontade de ultrapassar as barreiras da exigência que o sucesso da 1ª edição colocou a todos os intervenientes, mas representava também a persistência e a vontade em colocar à disposição do concelho um grande evento desportivo, descentralizando as grandes competições do centro do Porto.

A procura da dinamização desportiva, social e económica desta região enquadra de forma perfeita um evento que atraiu para Vila Nova de Famalicão



Figura 12 - Cartaz promocional 2ª Meia Maratona de Famalicão

alguns milhares de participantes (2311) cuja estadia teve impacto ao nível da restauração e da hotelaria da região.

A promoção da prática desportiva, seja na vertente competitiva ou na de lazer, e a prática de hábitos de vida saudáveis, revelaram-se na Mini Maratona/Caminhada de 5 km, evento organizado em paralelo à Meia Maratona de 21 km.

É uma prova onde, como em todas as outras, existe um cariz solidário, assim a EDP Gás, através da Meia Maratona de Famalicão ofereceu

um donativo de 5000€ à Associação Famalicense de Prevenção e Apoio à Deficiência.

### 3.3. S. Silvestre Cidade do Porto

A corrida de S. Silvestre é uma das mais populares provas de estrada em Portugal, realizando-se habitualmente próximo do fim do ano, homenageando assim o santo que marca o dia 31 de dezembro.

Em 1924 o jornalista brasileiro Casper Líbero, que se inspirou numa corrida noturna francesa, em Paris, em que os participantes carregavam tochas de fogo durante o percurso, transportou essa ideia para a cidade de São Paulo, onde, à meia-noite de dia 31 de dezembro daquele mesmo ano, foi disputada a primeira São Silvestre.

A São Silvestre do Porto é a mais antiga das provas que a Runporto.com passou a organizar na Invicta. Na primeira edição, na última noite do ano de 1994, a corrida contou com a presença de 391 ousados atletas, que, mesmo tendo em conta as condições climatéricas adversas, acabaram a prova. A São Silvestre do Porto foi-se mantendo disputada sempre nos últimos dias do ano,

normalmente entre 26 e 31 de dezembro, pelas edições subsequentes até 2011, e o número de participantes subiu exponencialmente nos anos imediatos. Em 1999 atingiram-se os mil participantes. Entre 2003 e 2005, os que acabaram a prova ficaram entre 1325 e 1289. Já entre 2006 e 2009, viveu-se mais um ciclo de subida constante quanto a atletas a concluírem a S. Silvestre, isto para além dos que participaram na Mini Corrida/Caminhada. Mesmo com chuva, em 2006 acabaram 1385 e, nos anos imediatos, esse total passou para 1680 em 2008 e 1869 em 2009.

A partir de 2010, a Runporto.com encetou a nova política de aposta total em atletas nacionais. Desta forma, a prova conheceu uma expansão prodigiosa quanto ao número de participantes, que também coincidiu com a sua retirada da parte final do mês de dezembro. Nesse ano, chegaram ao final dos 10 km mais de 2281 atletas. No ano seguinte foram 3751, em 2012 passou-se a 4832, dos quais 857 foram mulheres.

Vinte e dois anos depois da primeira edição na cidade do Porto da Corrida de S. Silvestre, então realizada na noite de 31 de dezembro, sobre um enorme temporal, foram milhares aqueles que, de certa forma, encarnaram a ideia de Casper Líbero, iluminando as ruas da invicta, não com tochas de fogo, mas com muita alegria, sorrisos e competição, dando assim corpo à 22ª edição da S. Silvestre Cidade do Porto Liberty Seguros.

Este grande evento ocorreu a 27 de dezembro de 2015, onde a prova de 10 km foi altamente disputada entre grandes nomes do atletismo nacional.

Ano após ano a S. Silvestre Cidade do Porto envolve a cidade invicta num extraordinário movimento de prática desportiva que se estende muito mais do que simplesmente pelas ruas que perfazem os percursos de 10 km e de 5 km.

Contou com atletas de 28 nacionalidades.



Figura 13 - Cartaz promocional 22ª S. Silvestre Porto

É o evento mais participado da Runporto.com, tendo, este ano, esgotado as inscrições na prova de 10 km (12 000) um mês antes do prazo previsto para o fim das inscrições.

Este evento que fechou o ano desportivo 2015 da Runporto.com.

### 3.4. Corrida do Carnaval

A 3º Corrida do Carnaval realizou-se dia 7 de fevereiro de 2016 em Lousada. Esta foi a prova de estreia do ano desportivo da Runporto.com

Numa manhã cinzenta de Domingo, contrastaram as cores das máscaras e equipamentos dos participantes da 3ª edição da Corrida do Carnaval. Pelas 10h30m da manhã, junto ao Parque Urbano, estendeu-se uma fila composta por mais de 1500 participantes prontos para o arranque da prova. De camisolas azuis os atletas da corrida de 10 km, e de camisolas brancas da caminhada de



Figura 14 - Cartaz promocional 3ª Corrida do Carnaval

5 km. Após o sinal de partida, dado pelo Presidente da Câmara, Pedro Machado, começou a 3ª Edição da Corrida do Carnaval em Lousada.

Com vários mascarados em ambas as vertentes da prova, o tema carnavalesco era bem visível e serviu para alegrar o público que assistia a este divertido desfile.

Após o final da prova, em palco, efetuou-se a cerimónia protocolar de entrega de prémios que foi iniciada por Jorge Teixeira, Diretor Geral da Runporto.com, que entregou uma lembrança do evento ao Presidente da Câmara de Lousada,

Pedro Machado. Em seguida, a entrega de prémios ao pódio feminino com Leonor Carneiro do Sporting Clube Portugal que ficou em primeiro lugar (35m51s), Ana Cristina Freitas do Lousada Runners (38m59s) em segundo lugar, e Carla Nunes (40m54s) em terceiro lugar. No pódio masculino, em primeiro lugar, Rui Muga do Clube Académico do Mogadouro (31m33s) seguido

de Artur Rodrigues do GDC Guilhovai (31:38s), e fechando o pódio Carlos Costa do CDS Salvador do Campo (31m57s).

Em seguida, foi a vez de subir ao palco o representante dos Bombeiros Voluntários de Lousada, o Comandante Albano Teixeira e o Presidente de Direção, Antero Correia, para receber o donativo de 407€ afim apoiar a nobre causa dos soldados da paz. Após momento de solidariedade, seguiu-se a entrega aos 20º, 30º e 40º lugares de um voucher para desfrutarem de um fantástico Hyundai, i20, i30 e i40 respetivamente, durante um fim-de-semana à escolha e com depósito atestado para a viagem. No final, houve um sorteio para os participantes que se mascararam e atribuídos os prémios aos vencedores, cada um destes contemplados levou consigo um vale de compras no valor de 25€ cada.

No encerrar do evento, em que chuva não compareceu, ficou a certeza que esta Corrida tem um enorme potencial ficando já agendada a edição de 2017 da Corrida e Caminhada de Carnaval na vila de Lousada.

### **3.5. Meia Maratona de Braga**

A Cidade de Braga foi palco, dia 28 de fevereiro de 2016, de um espetáculo desportivo ímpar no panorama nacional do atletismo português, a 1ª Meia Maratona de Braga Caravela Seguros. Num total combinado, entre a Meia Maratona e a Mini Corrida/Caminhada, de cerca de 4200 participantes, as inscrições para a distância de 21,097kms esgotaram tendo atingido os 3000 participantes. Estes números confirmam o sucesso deste evento e assegurou com firmeza o seu espaço nas competições nacionais.

A partida efetuou-se pelas 10h00m, na Av. João Paulo II, local também da chegada, onde os participantes percorreram um trajeto plano e convidativo a grandes marcas. No pódio masculino, em 1º lugar, Hassan Lekhili com 01h08m18s, em 2º lugar, Rui Muga, do Clube Académico de Mogadouro, com 01h08m37s, e em 3º, Artur Rodrigues, do GDC Guilhovai, com 01h09m02s. No feminino, na primeira posição, Filomena Costa, do ACD Jardim da Serra, com

01h17m55s, seguida de Cláudia Pereira, do SC Salgueiros, com 01h18m43s, e fechando o pódio, Joana Costa, do SL Benfica, com 01h20m11s.

No final da prova, subiu ao palco o Presidente da CM de Braga, Ricardo



Figura 15 - Cartaz promocional 1ª Meia Maratona de Braga

Rio, para homenagear os atletas bracarenses, das décadas de 80/90, e cujos resultados obtidos culminaram na conquista de 14 títulos europeus. Como forma de reconhecimento por anos de dedicação ao desporto e à cidade de Braga, foram destacados Albertina Machado, Conceição Ferreira, Fátima Novais, Fernanda Marques, Helena Lobo, Manuela Machado, Rosa Oliveira, Tinoco Marques, José Antunes Guimarães e, em homenagem surpresa, Sameiro Araújo, a vereadora do Desporto da CM de Braga.

Finda a homenagem, seguiu-se a protocolar entrega dos prémios com os anfitriões da autarquia de Braga, Ricardo Rio, Presidente da Câmara, e Sameiro Araújo, Vereadora do Desporto, que se fizeram acompanhar de Jorge Teixeira, Diretor Geral da Runporto, António Nestor e Paulo Trigo, da Caravela Seguros, e Joana Antunes, embaixadora BMCar BMW, para efetuarem a entrega dos prémios aos vencedores da 1ª Meia Maratona de Braga.

Na sua 1ª Edição, a Meia Maratona de Braga, consolidou o seu nome no panorama das provas de atletismo e segue para o futuro com uma 2ª edição já marcada para o próximo ano, com a data de 26 de fevereiro de 2017.

### 3.6. Corrida Dia do Pai

A Corrida Dia do Pai é desde 2004 a primeira grande prova da Runporto.com em cada ano civil. Trata-se de um evento com desejo de festejar uma data importante, o Dia do Pai, e popularizar a corrida para todos no Porto.

A participação é algo determinante num evento deste tipo e, desde a sua primeira edição, a Corrida Dia do Pai foi, entre os eventos organizados pela Runporto.com, uma das que ultrapassou os cinco mil participantes.

No dia 21 de março de 2004, 5180 pessoas participaram neste evento dedicado à família. Já na sua segunda edição participaram 6837 pessoas e, na terceira, foi ultrapassada a cota das dez mil, com 10220. Em 2007, na quarta edição, cerca de 17 mil participantes puseram-se em movimento ao tiro de partida dado pelo campeão olímpico da maratona, Carlos Lopes, divididos entre a prova principal e a Mini Corrida/Caminhada.

Para celebrar o Dia do Pai de 2016 juntaram-se no Queimódromo da Cidade do Porto, 10.000 participantes para a 13ª Edição da Corrida do Dia do Pai. Num dia sem chuva e de temperatura amena, num ambiente de festa, teve lugar um excelente e saudável programa matinal para toda a família e amigos.



Figura 16 - Cartaz promocional 13ª Corrida Dia do Pai

A prova principal, a Corrida de 10 km, iniciou-se com o tiro de partida dada pelo administrador da Porto Lazer, Luís Alves, à qual se seguiu a caminhada de 7 km. O percurso pauta-se por uma beleza extraordinária, enaltecendo o mar e a natureza, e com uma altimetria que permitiu aos atletas a obtenção de boas marcas de tempo. O pódio masculino foi conquistado pelo Hélio Gomes do SL Benfica, que conquistou o 1º lugar com 00h30m05s, Vitor Oliveira do Maia AC, em 2º com 00h30m42s, e em 3º o atleta Artur Rodrigues do GDC Guilhovai com 00h30m51s. No pódio feminino, obteve o 1º lugar a atleta Doroteia Peixoto, dos Amigos da Montanha, com 00h33m31s, em 2º lugar a atleta Filomena Costa, do ACD Jardim da Serra, com 00h34m43s, e a finalizar o pódio na 3ª posição, Daniela Cunha, do Sporting CP, com 00h35m04s. Presentes para entregar aos vencedores o seu justo prémio, estiveram no pódio Luis Alves, da Porto Lazer, Francisco Inácio, representando a Liberty Seguros, e António Cardoso, do Politécnico do Porto.

A caminhada foi marcada pela alegria e boa disposição dos seus participantes, num pelotão familiar onde muitos pais se faziam acompanhar dos filhos. Estes pequenos atletas são assim reconhecidos como os grandes campeões da Corrida do Dia do Pai.

Para os participantes e acompanhantes, e para quem assistia, a organização proporcionou a todos um ambiente de festa com variados entretenimentos na área do evento. Perto da meta, a organização preparou uma Funzone com insufláveis para as crianças, vários tipos de rastreios médicos, zona de alimentação, entre outros. Tudo isto fez com que este evento fosse muito mais que uma corrida ou caminhada, foi, acima de tudo, um convívio que celebrou a família e a amizade.

Já perto do final, houve ainda um passatempo e dois sorteios. O passatempo Hyundai premiou o 20º, 30º e 40º lugar com um voucher para desfrutarem de um fantástico Hyundai, i20, i30 e i40 respetivamente, durante um fim-de-semana à escolha e com depósito atestado para a viagem. Em seguida, fizeram-se dois sorteios, entre todos aqueles que participaram na Corrida e na Caminhada, que contemplou uma viagem à Disneylândia Paris e um cartão presente no valor de 500€ a 2 sortudos participantes.

Celebrar a família era o objetivo deste evento, que foi alcançado, graças a todos os presentes que uniram mais de 10.000 pessoas em família num evento que foi um grande sucesso.

### **3.7. Corrida do Mar**

Numa manhã cinzenta de Domingo, coloriu-se a área junto ao Farol da Boa Nova com as cores das camisolas dos 3000 participantes da 3ª Edição da Corrida do Mar em Matosinhos. Num breve momento em que o sol surgiu, foi dado o tiro de partida, pelas 10h30m, para dar início a um evento desportivo que pretendia homenagear o mar e incentivar à prática saudável de desporto.

Na Corrida antevia-se uma competição feroz no pódio masculino. Assim sendo, ao pódio subiram três nomes conhecidos com apenas 3 segundos de diferença entre as suas posições, ficando a classificação com Rui Muga, do



Clube Académico do Mogadouro, com o tempo de 30m58s no 1º lugar, seguiu-se Carlos Costa, do C.D.S. Salvador Campo, com 31m01s no 2º lugar, e Daniel Pinheiro, do Maia A.C., com 31m04s em 3º lugar.

No lado feminino da prova principal, já era conhecida a participação de Leonor Carneiro, do Sporting CP, que veio a ocupar a 3ª posição do pódio com 34m29s, a juntar-se no top 3 feminino, Filomena Costa, do ACD Jardim da Serra, na 2ª posição com 34m16s, e Daniela Cunha, do Sporting CP, na 1ª posição com 33m53s.

Num momento de forte chuva, que viria a acalmar minutos depois, iniciou-se a cerimónia de entrega de prémios onde foram chamados ao palco os três vencedores das categorias feminina e masculina. Para proceder à entrega dos prémios estiveram presentes em palco a Administradora da Matosinhosport, Helena Vaz, o representante Liberty Seguros de Matosinhos, Rui Manuel Ferreira, e Jorge Costa, representando a Hyundai, que entregou também os prémios do passatempo Hyundai i20, i30 e i40. O passatempo Hyundai premiou o 20º, 30º e 40º lugar com um voucher para desfrutarem de um Hyundai, i20, i30 e i40, durante um fim-de-semana.

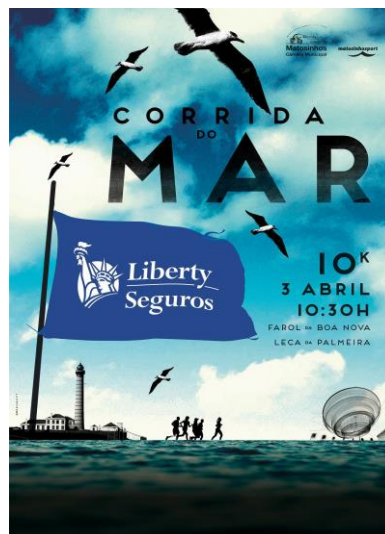


Figura 17 - Cartaz promocional 3ª Corrida do Mar

No encerrar do evento foi efetuado um sorteio de quatro vales de 50€ em compras a sortear por todos os participantes que terminaram o percurso da caminhada e da corrida. Para reclamarem o prémio era necessário estar presente com a senha vencedora, o que não aconteceu e levou a que os vales de 50€ em compras fossem doados à Legião da Boa Vontade através da compra de um cabaz de alimentos para apoiar famílias desfavorecidas, perfazendo assim um donativo no valor de 200€, em alimentos, a favor desta instituição.

### 3.8. Volta a Campanhã

Reuniram-se em Campanhã, na Praça das Flores, cerca de 2000 adeptos do desporto para participar na 3ª Edição da Volta a Campanhã. Esta prova teve início às 10h00m, sendo assinalado o tiro de partida dado pelo Dr. Luís Alves, da Porto Lazer. A Volta a Campanhã é das provas mais desafiantes do catálogo da Runporto.com, com uma altimetria bastante irregular e que testa a preparação física dos atletas que nela participam.

Na Corrida de 10 km destacaram-se os atletas de elite que, perante as subidas e descidas, mantiveram um bom ritmo, assumindo desde cedo os



Figura 18 - Cartaz promocional 3ª Volta a Campanhã

lugares cimeiros da prova. Nomes já conhecidos do atletismo nacional preencheram a tabela masculina com Vitor Oliveira, do Maia AC, terminando a prova com 31m34s, seguiu-se Artur Rodrigues, do GDC Guilhovai, perfazendo o percurso com 32m02s, e, fechando o pódio, Paulo Pereira, também do GDC Guilhovai, com o tempo de 33m06s. No lado feminino, destaque para o Sporting Clube de Portugal que preencheu o pódio com 3 atletas leoninas, ficando Daniela Cunha em 1º lugar com 33m44s, Leonor Carneiro em 2º lugar com 33m59s, e Solange Jesus em 3º com 35m10s.

Como é habitual nas provas da Runporto, houve, paralela à Corrida, uma Caminhada de 7 km cujos participantes percorreram calmante o percurso proposto, acompanhados de familiares e amigos.

Na hora de entrega de prémios, foram chamados ao palco não só os vencedores da geral como também os três primeiros Juniores, Seniores e Veteranos. O pódio masculino Júnior ficou composto por Joel Peixoto, individual, em 1º lugar, seguiu-se Afonso Costa, do Sem Nome Runners, em 2º lugar, e Rodrigo Falcão, do Runners Monte Aventino, em 3º lugar. O pódio sénior ficou

Vitor Oliveira em 1º lugar, do Maia AC, Nuno Carneiro em 2º, do Clube Zupper, e Artur Barbosa em 3º, do GDF Campanhã. Para terminar os pódios masculinos, foi a vez de chamar os vencedores Veteranos ficando em 1º lugar o atleta Artur Rodrigues seguido de Paulo Pereira, ambos do GDC Guilhovai, e Delfim Conceição, em 3º lugar, do S. João da Serra. Em igual modo foram chamados ao palco as atletas femininas com o pódio Júnior preenchido com Mafalda Calheiros em 1º lugar e Mariana Pereira em 2º. No pódio Sénior, Daniela Cunha em 1º lugar e Solange Jesus em 2º, ambas do Sporting Clube de Portugal, e em 3º lugar a Sara Carvalho, do SCS. Já no pódio Veterano ficou Leonor Carneiro, do Sporting Clube de Portugal, em 1º lugar, Matilde Baptista, do JAM – Juventude Atlético Mozelense, em 2º lugar, e Lúcia Costa, do Pessoal da Mata, em 3º lugar. Para congratular todos estes atletas estiveram presentes em palco: Luis Alves, da Porto Lazer, Ernesto Santos, Presidente da Junta de Freguesia de Campanhã, Carlos Flórido, representando o jornal O Jogo, Francisco Inácio, da Liberty Seguros, e Nuno Faro, da Hyundai, tendo este último entregue também os prémios Hyundai que premiou o 20º, 30º e 40º lugar com um voucher para desfrutarem de um fantástico Hyundai, i20, i30 e i40, durante um fim-de-semana.

Na sua 3ª edição, a Volta a Campanhã está a crescer, dado que os números desta edição superaram os da anterior, para além de se assumir como uma corrida de destaque na parte Oriental do Porto, zona pouco habituada a este tipo de eventos. A Volta a Campanhã insere-se no programa Porto Antistress, que se realiza também na freguesia de Campanhã, no Parque Oriental da Cidade do Porto, e que consiste num programa de corrida e caminhadas organizadas e monitorizadas por profissionais de educação física, contando com o acompanhamento de técnicos de saúde.

### 3.9. Corrida e Caminhada Liberty Seguros Viseu

Após seis edições que passaram por Matosinhos, Vila Nova de Gaia, Maia, Póvoa de Varzim, Paredes e Espinho, chegou a vez de Viseu receber este grandioso evento solidário já no dia 24 de abril. A Corrida e Caminhada Solidária Liberty Seguros é uma prova itinerante, que visa apoiar instituições de solidariedade nos locais onde é realizada e, em Viseu, foram apoiadas duas instituições que muito fazem pela comunidade local, a APCV - Associação de Paralisia Cerebral de Viseu e a AHPV - Associação Hípica e Psicomotora de Viseu.

Numa manhã fresca e soalheira, juntos por uma boa causa, 1206 participantes percorreram o trajeto deste grandioso evento solidário para apoiarem as duas associações de solidariedade social.



Figura 19 - Cartaz promocional 7ª Corrida e Caminhada Solidária Liberty Seguros

Na classificativa da Corrida assumiu o pódio feminino a atleta Sara Pinho em 1º lugar com 41m54s, do Sporting Clube de Portugal, Tânia Silva em 2º lugar com 43m18s, do Liberdade FC, e Mafalda Oliveira em 3º com 48m58s, do Atlético da Madalena. No pódio masculino ficou em 1º lugar o atleta António Pedro Rocha, do Girasol, terminando a prova com 33m16s, seguiu-se Daniel Pinheiro, do Maia AC, perfazendo o percurso com 33m20s, e, fechando o pódio, Ricardo Pereira, do Jardim da Serra, com o tempo de 33m55s.

A prova iniciou-se com o tiro de partida, dado pelo Vereador do Pelouro do Desporto da Câmara Municipal de Viseu, o Dr. Guilherme Almeida, onde os atletas da Corrida de 10 km partiram à frente, seguidos pelos participantes da Caminhada de 5 km. Num percurso que passou por zonas históricas da Cidade de Viseu, foi assumida a liderança da Corrida pelos atletas de elite que terminaram a prova com boas marcas de tempo, atendendo ao percurso de várias subidas e descidas, enquanto na Caminhada reinou a boa disposição e

convívio num grupo bastante animado que, a seu calmo passo, percorreu os 5 km.

Na protocolar entrega de prémios, foram chamados ao palco os vencedores da prova principal, a Corrida de 10 km, para receberem os merecidos troféus. Presentes em palco para a entrega destes prémios estiveram o Vereador do Pelouro do Desporto da Câmara Municipal de Viseu, o Dr. Guilherme Almeida, representando a Liberty Seguros; Rodrigo Esteves, Paulo Bento Santos e Aurora Cunha, e Ricardo Vieira representando a Hyundai. Houve ainda um pódio para os vencedores do sorteio Hyundai que premiou o 20º, 30º e 40º lugar com um voucher para desfrutarem de um fantástico Hyundai, i20, i30 e i40, durante um fim-de-semana.

Sendo esta, como o próprio nome indica, uma corrida solidária, o momento alto do evento foi a entrega de um cheque de 1809€ a cada uma das duas instituições locais apoiadas, a APCV e a AHPV. Para receber este cheque, entregue pelos representantes da Câmara Municipal de Viseu e da Liberty Seguros, esteve em palco o Presidente da Associação de Paralisia Cerebral de Viseu, José Carlos Vieira, e a Presidente da Associação Hípica e Psicomotora de Viseu, a Alexandra Sá.

Por uma boa causa e pela prática saudável de desporto, a Cidade de Viseu acolheu um magnífico evento solidário que já tem local marcado para a sua 8ª edição a realizar no próximo ano. Em 2017 será a vez de Aveiro acolher este magnífico evento.

### **3.10. Médis Marginal Douro**

A segunda edição da Médis Corrida Marginal Douro realizou-se no último dia de abril de 2016.

A prova - que se compõe de duas vertentes, a corrida propriamente dita com 10 km de extensão, e a caminhada com metade do tamanho - arrancou na Marina de Vila Nova de Gaia às 17 horas, com partida e chegada na Zona Pedonal de Canidelo, e evoluindo numa paisagem magnífica junto ao mar proporciona excelentes momentos de lazer a todos os participantes, sendo pelas

suas características um evento ideal para uma participação conjunta com familiares e amigos.

Foram 3000 os participantes que correram e caminharam, preenchendo a Zona Pedonal de Canidelo com uma mancha de cor azul e branca proveniente das suas camisolas. Todos os participantes foram recebidos num ambiente fantástico proporcionado pela organização do evento.

Na vertente competitiva cedo se destacaram os atletas que viriam a



Figura 20 - Cartaz promocional 2ª  
Média Marginal do Douro

ocupar os pódios. No sector masculino ficou o atleta Daniel Pinheiro, do Maia AC com 32m02s, que arrecadou o 1º lugar, seguido por Davide Figueiredo, do Destak com 32m18s, e Ricardo Vale, do SC Braga com o tempo de 33m20s, fechando o pódio. Do lado feminino, na primeira posição ficou Susana Godinho, do Sporting CP, com o tempo de 36m38s, em 2º lugar a atleta Raquel Trabuco, do Clube de Futebol os Belenenses, com 38m29s, e na 3ª posição a atleta Vanda Ribeiro, do Grecas, com a marca de tempo de 39m51s.

Em passo mais calmo percorreram o trajeto de 5 km os participantes da Caminhada que se fizeram acompanhar de familiares e amigos, num belo e saudável passeio pela marginal, onde reinou um ambiente de boa disposição.

Terminadas as provas, deu-se início à cerimónia de entrega de prémios que congratularam os primeiros 3 classificados de ambos os pódios. Em palco para a entrega destes prémios estiveram presentes; Mário Duarte representando a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, Teresa Bartolomeu, representando a Média, e Ana Silveira, em representação do jornal Destak. Terminado o pódio, foi a vez de Jorge Costa, Diretor de Vendas da Hyundai, premiar o 20º, 30º e 40º lugar com um voucher para desfrutarem de um Hyundai durante um fim-de-semana. Depois, num procedimento pouco habitual, foram premiados não só os vencedores da Corrida como também os primeiros dos últimos, que é o mesmo

que dizer, o antepenúltimo, penúltimo, e último, com uma máquina *Softstream* oferecida pela *Cleverhouse*, tendo a sua representante, Marta Mota, entregue as mesmas.

A 2ª Medis Marginal Douro viveu um ambiente de festa, muita cor, música e, contando com a presença de 3000 pessoas a praticar desporto, este evento foi sem margem para dúvida um sucesso.

#### **4. Atividades desenvolvidas durante a prática profissional**

O desenvolvimento do Estágio Profissionalizante realizou-se na área de organização de eventos desportivos, nomeadamente no setor das provas de estrada.

A Runporto.com foi a empresa que me acolheu ao longo de seis meses, de 27 de outubro de 2015 a 30 de abril de 2016, completando um total de 1.063,5 horas, e onde foram efetivadas todas as tarefas e atividades no âmbito do EP.

Desde o início do mesmo que se definiu crucial a presença a tempo total na organização acolhedora de modo a poder presenciar e colaborar em todos os processos e a integrar mais facilmente a equipa.

O início do EP coincidiu com a semana anterior à realização da 12ª Maratona do Porto, o que permitiu vivenciar em primeira mão um dos maiores eventos do ano. Seguiu-se a 2ª Meia Maratona de Famalicão e a 22ª S. Silvestre Cidade do Porto, fechando assim o ano com a participação em três eventos.

O ano 2016 iniciou-se com a 3ª Corrida do Carnaval, seguida de uma prova novidade, a 1ª Meia Maratona de Braga, da 13ª Corrida Dia do Pai, da 3ª Corrida do Mar, da 3ª Volta a Campanhã, da 7ª Corrida e Caminhada Solidária Liberty Seguros, este ano em Viseu, e da 2ª Médis Corrida Marginal Douro.

Deste modo, completei a presença em dez eventos, que se realizaram em várias localidades, tais como o Porto, Vila Nova de Gaia, Matosinhos, Famalicão, Lousada, Braga, Leça da Palmeira e Viseu.

Os processos existentes em cada evento, desde o seu desenho, desenvolvimento, implementação e dissolução (Camy & Robinson, 2007),

apesar de divergirem em alguns pontos, são similares de evento para evento. Desta forma, as atividades desenvolvidas durante o EP irão ser apresentadas por área de intervenção, quer seja por participação ativa na atividade ou apenas por observação direta ou indireta. Por uma questão metodológica, as tarefas serão expostas e organizadas segundo o esquema de coordenação de um evento desportivo, proposto por Sarmiento e Pinto (2014), anteriormente apresentado.

Algumas atividades enquadram-se em vários departamentos, mas serão apresentadas na que, neste caso em específico, se considerou mais apropriado.

#### 4.1. Atividades administrativas

Ao longo do EP foram realizadas várias tarefas a nível administrativo. Estas atividades são de extrema importância para o desenvolvimento de toda a atividade diária da empresa e transversais a todos os projetos.

Em qualquer empresa, um bom atendimento é primordial, pois é o principal canal a comunicação entre uma organização e o seu cliente. Uma das atividades é a receção de emails e telefonemas, permitindo o contacto direto com clientes, parceiros, patrocinadores e fornecedores. Estes podem ser acerca de agendamento de reuniões, esclarecimento de dúvidas, pedidos de informações, entre outros. Esta foi uma tarefa importante para uma melhor adaptação ao ambiente empresarial, permitindo um desenvolvimento de capacidades comunicativas, de atendimento ao cliente, bem como a nível profissional, de contacto com fornecedores e preparação e negociação de propostas. É um trabalho que permite a atualização constante da informação, pois é necessário conhecer muito bem a empresa e todos os seus serviços. A manutenção de um bom relacionamento com os clientes e organizações parceiras é crucial na medida em que os profissionais que os atendem se responsabilizam a ajudar os clientes a atingir seus objetivos, pois têm o compromisso de apresentar sugestões e propostas de melhoria das suas atividades, apresentando soluções eficazes para os seus problemas.



No início do EP, esta tarefa requeria um grande esforço e era elemento de preocupação, na medida em que, para além de não estava a par de todos os assuntos relacionados com os serviços prestados pela empresa e não possuía experiência nesta área. Ao longo do EP esta tarefa demonstrou-se cada vez mais facilitada. Assim, se ao início o facto de atender um telefonema se apresentava como uma função complexa, depois tornou-se um exercício do quotidiano.

Um dos procedimentos importantes mais importantes para a realização de um evento é o processamento das inscrições. Esta foi uma das tarefas realizadas ao longo do período de estágio. As inscrições nas provas são maioritariamente realizadas no site da empresa, através da plataforma online, onde cada participante pode proceder autonomamente à inscrição.

Paralelamente a este sistema automático, as inscrições também estão disponíveis nas lojas Sport Zone do Grande Porto e na Loja do Corredor através do preenchimento de *flyers*. Estas inscrições que são realizadas manualmente, após a sua recolha têm de ser processadas. A introdução dos dados dos participantes (nome, data de nascimento, sexo, nº cartão de identificação, morada, contacto, entre outros) é realizada no programa *Runrunners*.

Após a inserção dos dados, estes são exportados para o site e ficam disponíveis para consulta online.

Este é um procedimento que ocorre em todas as provas, mas com afluências diferentes, ou seja, há provas em que existem mais inscrições a ser processadas do que noutras e, normalmente, este fenómeno é mais comum nas inscrições para as caminhadas, ou seja, depende do público do evento.

O programa em que as inscrições são inseridas é relativamente simples, não se apresentando como um entrave na execução da tarefa, mas, com a prática, a velocidade a que as inscrições foram introduzidas aumentou, tornando-nos mais eficazes.

A Runporto.com prima pela autonomia em todos os processos relacionados com a realização das provas de estrada. Desta forma, uma das componentes principais é a cronometragem das provas, para o qual a empresa

possui todo o material necessário. Este procedimento inicia-se com a produção dos chips que integram os dorsais posteriormente fornecidos aos atletas. O processo de produção deste material é composto por várias fases. Em primeiro lugar é necessário imprimir os chips (impressora *BibTag Printer*) e validar o seu funcionamento. Depois estes chips são protegidos com esponjas, para evitar a sua deterioração, e colados na parte de trás dos dorsais. Os dorsais são inseridos em pequenos sacos para sua proteção e etiquetados com os dados dos respetivos participantes. Posteriormente os dorsais são organizados numericamente em cestos para facilitar a sua distribuição na Feira do Evento.

Este é um processo trabalhoso e que, em eventos de maior dimensão, requer a participação de várias pessoas.

#### 4.2. Departamento de Marketing

O sucesso da gestão do desporto está hoje muito ligado à gestão dos fluxos de informação que são canalizados para os media e para o público. É muitas vezes na imagem que estes difundem que pode estar a chave para o êxito de uma estratégia de afirmação dos agentes públicos (Sarmiento & Pinto, 2014).

Desta forma, a Runporto.com aposta em vários elementos de divulgação dos seus eventos, de modo a, para além de melhorar a qualidade da experiência do participante, divulgar a sua marca e serviços.

Uma das componentes importantes para os atletas é o reconhecimento do percurso da prova. Para tal, a organização fornece o mapa do percurso com marcação de quilómetros, postos de abastecimentos e outras informações relevantes. Sendo a inovação constante uma característica da Runporto.com, surgiu a oportunidade de ser criado um vídeo animado em 3D do percurso de várias provas. Desta forma, foi estabelecida uma parceria com uma empresa com sede na Eslováquia, *Montage Video*, que se prontificou a trabalhar nos percursos da Meia Maratona do Porto, Maratona do Porto e S. Silvestre Cidade do Porto, as três maiores provas do calendário anual da Runporto.com.

Após vários contactos para discussão de pormenores relacionados com o design do vídeo, orçamento, condições de pagamento, entre outros, foi apresentado uma proposta de vídeo com ilustração a 3D do percurso da 10ª Meia Maratona do Porto. Este, após algumas alterações, foi aprovado pelos órgãos da direção, divulgado no site da prova e na página de *facebook* e, posteriormente apresentado publicamente na conferência de imprensa do mesmo evento.

A Conferência de Imprensa é o momento em que a Runporto.com apresenta publicamente o seu evento, convidando a estarem presentes jornalistas, personalidades do atletismo, órgãos de gestão e administração da modalidade, parceiros, patrocinadores e público em geral. Esta cerimónia, para além de permitir uma apresentação oficial do evento, tem como objetivo atrair os órgãos de comunicação social de modo a dar maior visibilidade ao evento e, ao mesmo tempo, marcar o início do evento. A minha intervenção ocorreu ao nível da verificação do envio dos convites às entidades pertinentes, da seleção do material a ser apresentado durante a conferência, nomeadamente as fotografias e os vídeos, bem como na preparação do local. Durante a cerimónia, recebemos, acreditamos e encaminhamos os convidados aos seus lugares, prestamos assistência ao acontecimento, esclarecemos jornalistas e órgãos de comunicação social e preparamos o momento das entrevistas à entidade organizadora, órgãos de gestão da modalidade, figuras públicas e atletas de elite. Para esta solenidade é importante estarmos informados acerca do evento em causa, dos procedimentos a tomar e totalmente preparados para imprevistos, na medida em que, sendo este um evento público, é crucial passar para o exterior uma imagem profissional, competente e cuidada.

Para uma melhor divulgação dos seus eventos, a Runporto.com estabeleceu ainda uma parceira com o programa “A Praça” da RTP1, onde explora uma coluna semanalmente, promovendo a prova do fim-de-semana seguinte. Normalmente é o diretor da Runporto.com, Jorge Teixeira, que figura no programa, convidando ocasionalmente personalidades da área, médicos,

entre outros, para o acompanharem na exposição. Esta apresentação é composta, para além da explicação oral, por fotografias, vídeos e diversos materiais alusivos a evento, tal como a t-shirt da prova, a medalha, o dorsal e o flyer, que são previamente preparados.

Em algumas destas exposições no programa, acompanhei a equipa ao local para assistência com o material e, num dos programas tive a oportunidade de participar como figurante, utilizando a t-shirt da prova, durante a intervenção relativa ao evento.

Estas presenças em plataformas gratuitas nacionais são muito importantes para a divulgação dos eventos por vários tipos de público.

Normalmente, este tipo de programas têm uma assistência diferente da que, por exemplo, segue a página do *facebook* da empresa ou consulta o site com regularidade. Desta forma, podemos atingir um leque de potenciais participantes e parceiros mais alargado. Tendo em conta os parceiros, esta é um tipo de publicidade que permite a visualização nacional da marca através de uma coluna onde é promovido um estilo de vida saudável e a prática de exercício físico. Este fator potencia a imagem positiva que o público tem da marca, sem esta ter de investir.

A solicitação de informações, textos, fotografias e vídeos acerca dos eventos, tanto a nível da imprensa nacional como internacional, é bastante frequente. Deste modo, sendo importante a máxima divulgação dos eventos, a Runporto.com tem interesse em ceder todo o material possível aos órgãos de comunicação social, sejam eles em formato televisivo, jornais, revistas ou outras publicações. A produção de textos informativos e pesquisas históricas acerca das provas foram assiduamente preparados e enviados aos respetivos jornalistas ou editores sempre que solicitado.

Para além da produção de textos e imagens para a media exterior, também preparamos internamente informação a ser divulgada através do site, *facebook*, *instagram* e newsletters. Esta comunicação institucional permite projetar a imagem corporativa da organização. Um exemplo dessa dinamização feita no site é uma coluna “Conversa com...” onde são publicadas entrevistas

mensais a personalidades do atletismo. O objetivo é dar a conhecer melhor as pessoas que estão por trás das principais organizações de eventos desportivos, os atletas que mais se destacam na modalidade e também ex-atletas que pela sua experiência e conhecimento têm muitos conselhos e dicas úteis para dar. Estes textos podem ser consultados em anexo (Anexo I,II e III).

Uma tarefa igualmente importante é o envio, na semana após o evento, das fotografias da conferência de imprensa, feira do evento e evento propriamente dito aos patrocinadores. Ao apoiarem um evento, os patrocinadores pretendem ter retorno, ou seja, querem que a marca esteja visível ao longo de todo o evento. Para este efeito, de acordo com o contrato celebrado entre o patrocinador e a empresa, são colocados os logótipos nos materiais promocionais, *flyers*, *muppies*, telas, painel *flash interview*, fita de meta, dorsal, t-shirt, kit de participante, presença na feira do evento, entre outros. Desta forma, depois do evento procedi à seleção das melhores fotografias em que as marcas estavam visivelmente presentes.

#### 4.3. Logística

A logística corresponde a um conjunto muito amplo de atividades sem as quais os eventos atualmente seriam viáveis, desde os aspetos mais banais, como os materiais para as tarefas administrativas, até às tecnologias mais avançadas que permitem os momentos mais importantes dos eventos (Sarmiento & Pinto, 2014).

A preparação do material para a feira do evento e para o evento é uma das tarefas realizadas durante a semana que antecede o evento. O material separado consistia, para a feira, nos computadores, impressoras, extensões, routers, economato, dorsais e, para o dia da prova, sistema de cronometragem (malas e cabos), relógios, prémios, *welcome desk* zona *VIP*, cheques sorteios, cheques solidários, toalha de pódio, mascote, pulseiras, credenciais, *roll ups*, totens publicitários, câmaras, tripés, tómbola, senhas sorteio, fita de meta, entre outros.

Este é um processo que requer máximo cuidado e atenção para que nenhum dos itens fique em falta. É importante a realização de uma *check list* com todos os materiais para evitar esquecimentos e erros. Esta foi uma ferramenta importante, principalmente no início da atividade, apesar de ter sido usada até ao final do EP.

Depois, é necessário transportar o material e descarrega-lo no local adequado. No caso da feira do evento, a montagem do recinto passa por preparar e decorar alusivamente o espaço à prova em questão, dispor a área de secretariado (receção dos participantes e levantamento dos dorsais), de levantamento dos kits de participantes e, eventualmente, algum stand de um patrocinador ou parceiro do evento. A feira do evento depende muito da dimensão do mesmo, da localização e do próprio evento.

No dia do evento, a minha participação recaiu a maior parte das vezes na zona reservada aos convidados VIP e atletas de elite. Para este efeito, montamos e decoramos uma área restrita com elementos publicitários da respetiva prova ou provas futuras, patrocinadores e parceiros, zona de receção dos convidados, espaço de catering e esplanada, zona de pódio, balneários para atletas de elite e convidados e bancadas sobre a meta. Consoante a dimensão da prova, esta área é preparada no dia anterior ao evento ou no próprio dia do evento.

Após o término de toda a atividade e da cerimónia de pódio, esta área é desmontada, o material é recolhido e transportado novamente para as instalações da empresa. Aí este material é descarregado e apenas durante a semana seguinte ao evento é arrumado no respetivo local de armazenamento.

No caso da Maratona do Porto, houve comercialização de *merchandising* relativo ao evento durante a Expo-Maratona. O material que não foi vendido, foi armazenado, mas antes catalogado. A realização deste inventário permitiu a verificação e controlo de stock (Anexo V). A atualização do inventário é efetuada periodicamente. Essa é uma das etapas mais trabalhosas do inventário, mas é extremamente importante. A contagem correta do material evitará erros futuros e fará com que o inventário realmente corresponda ao stock físico de mercadorias.

Uma das formas de identificação rápida e eficaz do staff associado ao evento é através da sua roupa. Para este efeito, a Runporto.com preocupa-se com o fornecimento do vestuário a todos os elementos do staff durante os dias do evento. Para a execução desta tarefa é necessário saber previamente quais serão os elementos do staff e respetivos tamanhos de vestuário. Assim, fiquei encarregue de efetuar um documento com a listagem de todos os elementos do staff e respetivos tamanhos de vestuário e calçado. Depois foi feita a encomenda do material e, aquando da chegada deste às instalações da empresa, realizei a separação das peças por pessoa. No dia anterior à Feira do evento, a roupa foi distribuída pelo staff.

Após o evento é também realizei um inventário ao material que não foi usado (Anexo IV).

#### 4.4. Secretariado

Na realização de uma prova de estrada, o departamento de secretariado assume responsabilidade sobre a distribuição dos dorsais, transmissão de informação, esclarecimento de dúvidas e entregas de kits de participante. É neste momento que podemos estabelecer contacto direto com o público permitindo a criação de relações de confiança, fidelizando o cliente e construindo uma identidade corporativa.

Ao chegar ao local de entrega dos dorsais, é pedido ao participante que apresente o comprovativo de inscrição na corrida e o respetivo cartão de identificação. De seguida, inserimos os dados no sistema *Runrunners*, anteriormente descrito, confirmamos a informação e entregamos o dorsal ao atleta. Neste processo são fornecidas informações acerca do percurso da corrida, horários, transportes, entre outras. De seguida, o atleta, com o dorsal, passa ao sector do levantamento dos kits de participante. No kit está normalmente incluso a t-shirt da prova, o saco/mochila, entre outras ofertas dos patrocinadores.

#### 4.5. Acreditação

A acreditação dos inúmeros intervenientes e envolvidos nos eventos é um processo de elevada importância, com vista ao sucesso e segurança do evento. Desta forma, a elaboração dos diferentes tipos de acreditação, nomeadamente para os participantes, staff, convidados, imprensa e pessoal de apoio ao evento é crucial. É a partir da acreditação que é possível a fácil identificação dos envolvidos e delimitado o acesso a indivíduos externos à organização. Este encargo decorre tanto durante a feira do evento como no dia do evento, na entrada da Zona VIP. Esta não é uma tarefa fácil e requer alguma experiência e bom senso, pois não queremos ferir suscetibilidades, mas também não se pode por em risco a segurança do evento. Este setor está intimamente ligado ao da hospitalidade.

#### 4.6. Hospitalidade

A Hospitalidade engloba todo um conjunto de ações que permitem que todos os intervenientes num evento se sintam agradados e gratificados pelo seu esforço de participação, garantindo uma sensação de segurança e capacidade de intervenção em qualquer situação urgente. Estas condições devem ser asseguradas tanto para participantes, convidados, órgãos de comunicação social como para o staff do evento e voluntários. É uma operação transversal a todo o evento e pretende elevar o grau de agradabilidade e satisfação de todos os envolvidos.

A minha ação reportou-se especialmente ao contexto da Zona VIP, onde circulam alguns convidados importantes, atletas de elite, patrocinadores e imprensa. Neste sentido, a preparação e montagem da zona VIP na área de chegada da corrida era uma das tarefas executadas, tal como referido anteriormente. Este tem de ser um espaço agradável, que se adegue às personalidades que nele se encontram, de forma a permitir uma experiência satisfatória em relação às expectativas criadas e dar uma imagem apropriada ao evento.



A receção dos convidados é igualmente importante na boa imagem que se quer dar ao evento. Para este efeito, são sempre colocadas uma ou duas promotoras na entrada desta área, *welcome desk*, que também executam credenciamento e controlam a entrada e saída dos convidados. Em alguns eventos esta foi uma das minhas funções, permitindo-me perceber realmente as dificuldades que por vezes surgem neste local, por ser a “porta de entrada” de acesso direto à organização. Por vezes existem casos que criam conflitos neste local e que, através do bom senso e educação, é necessário resolver a situação brevemente de modo a não suscitar curiosidade alheia.

#### 4.7. Serviços Protocolares

O Protocolo é o conjunto de regras a que devem obedecer as Cerimónias Oficiais e que se fundamenta em duas exigências: uma de ordem material, que determina a necessidade dos atos decorrerem de forma ordenada, e outra de ordem política e legal, que consiste em garantir aos participantes o lugar que, por lei ou costume, lhes compete por força dos cargos que desempenham (Sarmiento & Pinto, 2014). Este serviço é previamente preparado e delineado e funciona como um fio condutor para o bom desenrolar do evento.

Nos eventos em que estive envolvida, a Cerimónia de Entrega de Prémios requeria, em primeiro lugar a montagem e disposição da mesa de prémios e medalhas. Normalmente existiam troféus e medalhas para os três primeiros classificados femininos e masculinos, lembrança para o(s) patrocinador(es) e cheque solidário. Esta mesa é montada num local próximo do palco, de forma a facilitar a entrega durante a cerimónia.

Depois de estarem confirmadas as pessoas presentes, é necessário decidir quem são as personalidades que entregam os prémios e a ordem dos mesmos. Regra geral, em primeiro lugar sobem ao palco os patrocinadores e os representantes das câmaras municipais locais. A estas entidades são entregues pela mão do diretor da prova uma lembrança do evento, como forma de agradecimento, depois sobem as três primeiras classificadas, os três primeiros

classificados e, por último, o diretor da prova e a associação social apoiada pelo evento, para simbolizar a entrega do donativo.

Todo este processo é acompanhado por um *speaker*, pela imprensa e restantes convidados, o que não permite que ocorram falhas de comunicação entre os elementos da organização que estão a coordenar a cerimónia.

Numa primeira abordagem esta tarefa pareceu-me complicada, pois são muitos os fatores a controlar e é um momento de bastante visibilidade, mas, ao longo dos sucessivos eventos, apesar da sua complexidade, tornou-se mais rotineira e simples.

Esta foi uma das ações que que estive mais presente, o que possibilitou um maior desenvolvimento das capacidades específicas da tarefa, permitindo-me conhecer mais profundamente este processo.

## **CAPÍTULO III**

### **REFLEXÃO CRÍTICA E PERSPETIVAS PARA O FUTURO**



### **CAPÍTULO III – Reflexão Crítica e Perspetivas para o Futuro**

Neste capítulo, intitulado de Reflexão Crítica e Perspetivas para o Futuro, será elaborada uma análise de todo o percurso do Estágio Profissionalizante, desde a integração na empresa, a relação com os colegas de trabalho, os eventos em que participamos, as áreas em que estivemos envolvidos e as vivências que nos foram proporcionadas ao longo dos meses de EP.

Uma organização é uma combinação de esforços individuais que tem por finalidade realizar propósitos coletivos. Desde o início do EP que me deparei com esta exata situação. A Runporto.com é uma empresa composta por colaboradores que investem as suas capacidades de modo a ser possível perseguir e alcançar objetivos que seriam inatingíveis para uma pessoa. Desta forma, percebi que, apenas com uma dedicação total por parte dos colaboradores, é possível realizar com sucesso eventos de enorme dimensão e qualidade. Desde o primeiro dia de EP que constatei que esta equipa concretizava grande volume de trabalho, aplicando conhecimentos de várias áreas e que lidava com várias ferramentas e equipamentos, e apresentava um ambiente corporativo particular. A minha inserção no grupo foi sempre sustentada por todos os membros, mostrando-se sempre disponíveis para qualquer assunto. Uma das vantagens da equipa ser reduzida é o facto de existir um espírito de companheirismo mais desenvolvido, o que proporciona uma mais simplificada aprendizagem das competências técnicas para o desenvolvimento das tarefas próprias da organização de Provas de Estrada. Na particular organização desta empresa, a sinergia entre setores é constante, havendo troca de informação e conhecimentos, o que também foi um fator facilitador para a minha integração. Esta comunicação facilitada auxilia todos os membros da equipa, pois evita confusões relacionadas com tarefas individuais, prazos de cumprimento de tarefas, entre outros. Assim, consegui perceber a cultura organizacional da Runporto.com, absorvendo ao máximo os seus valores empresariais.

O tiro de partida do EP coincidiu com a semana anterior à realização da 12ª Maratona do Porto, concretamente com o dia da Conferência de Imprensa dessa mesma prova, o que me deu oportunidade de vivenciar em primeira mão a apresentação pública oficial de um dos maiores eventos do ano, com repercussão à escala mundial, milhares de participantes de todo o mundo, elevada visibilidade e com presença dos maiores nomes do atletismo nacional e internacional. Nesse momento, apercebi-me da dimensão dos eventos realizados pela empresa, a sua importância no meio do atletismo de fundo e meio fundo e a sua excelente reputação entre atletas, dirigentes desportivos, órgãos institucionais, patrocinadores e meios de comunicação social.

O facto de a empresa apresentar uma flexibilidade de movimentos dentro da organização, possibilitou-me a compreensão e vivência de diversas áreas. Esta permuta de conhecimentos e competências permitiu o desenvolvimento da capacidade de comunicação interna, ou seja, dentro da própria organização, de trabalho em equipa e respeito pelos colegas de trabalho.

O processo de ambientação às operações inerentes à realização de um evento desportivo foi gradual. Foi-me dada a oportunidade de experienciar de perto a maioria das tarefas executadas nas diversas fases e etapas da organização do evento, passando pelos diferentes departamentos e áreas, com supervisão constante e intervenção progressiva ao longo do tempo.

O desenvolvimento das competências próprias da área foi evidente consoante o avançar do EP, desde a aprendizagem mais técnica em relação ao programa de inscrições, aos equipamentos de cronometragem e impressão de chips, ao desenvolvimento das capacidades comunicativas de atendimento ao público, relacionamento com fornecedores parceiros, apresentação e negociação de propostas, procura por soluções viáveis para uma determinada situação, contacto com profissionais de diferentes setores e preparação de conteúdos de comunicação institucional.

Durante as várias etapas da concretização do evento, a minha participação foi tanto na qualidade de executante como apenas de observadora. Esta situação possibilitou a experiência de muitos dos passos, contribuindo igualmente para o desenvolvimento das capacidades profissionais e técnicas.

O acesso às diversas áreas da organização de um evento, para além de permitir uma visão ampla de todos os diferentes setores que compõem, possibilitou a averiguação de como as tarefas são distribuídas e monitorizadas nos diferentes departamentos. Com esta estratégia de adaptação, consegui desenvolver competências nos diferentes âmbitos, tais como a comunicação direta com o público, seja através de comunicação telefónica, via email ou pessoal, atendendo às suas necessidades e dúvidas, fortalecendo as relações que a empresa tem com os seus clientes e a capacidade de resolução de problemas e situações. O contacto com os meios de comunicação social foi igualmente proporcionador de um crescimento profissional, na medida em que experienciei diversas circunstâncias em que a imprensa tem um papel fundamental. Por exemplo, tive a possibilidade de participar numa apresentação de um evento no programa da RTP1 “A Praça” onde foi feita uma divulgação da Meia Maratona de Famalicão. Com esta experiência pude conhecer os bastidores da produção televisiva e estar em contacto com um meio que, de outra forma, provavelmente não teria acesso.

O contacto e a criação de relações com fornecedores de serviços complementares à organização de eventos foi uma das funções que proporcionou uma aquisição de valores comunicativos com outras realidades empresariais. A troca de informações, serviços, opiniões e experiências demonstrou-se crucial no desenvolvimento de projetos e ideias.

A criação de uma rede de contactos no meio empresarial é crucial para ampliar ao máximo as oportunidades no mundo do trabalho. Através do EP consegui criar relacionamentos com profissionais de várias áreas e diferentes atividades muitas delas não diretamente relacionadas, mas de extrema importância para a rede de contactos que sustenta, no fundo, toda a atividade empresarial.

Em relação ao desenvolvimento de conteúdos, foram obtidas competências a nível da recolha de informação e redação de textos e notícias.

A nível das competências pessoais alcançadas, podemos destacar a resolução construtiva de conflitos, o respeito pelas diferenças, a atenção ao processo e aos conteúdos, a capacidade de tomada de decisões, a interação e

envolvimento com todos os intervenientes, a comunicação clara e aberta e a relação de cordialidade, respeito e confiança entre colegas.

Todas estas competências, entretanto adquiridas, vão poder ser desenvolvidas e aperfeiçoadas, uma vez que me foi dada a oportunidade de continuar a fazer parte desta equipa de sucesso, sendo esta a minha primeira experiência profissional na área da Gestão Desportiva.

Agora, ao cortar a linha de meta, penso que percorri uma maratona de crescimento profissional e pessoal, tornando-me um membro da organização, apto a qualquer desafio que me seja colocado.



## **CONCLUSÃO**



## **Conclusão**

Com a elaboração do Relatório do Estágio Profissionalizante consegui adquirir capacidades de elaboração de pesquisa, descrição e síntese de conteúdos.

Deste modo, tive a oportunidade de experienciar a realidade da Gestão Desportiva, o que se revelou crucial na compreensão deste mercado de trabalho.

Este relatório permitiu a aquisição de várias competências que serão determinantes para o meu futuro. Assim, considero que a realização do Estágio Profissionalizante no âmbito do curso do 2º Ciclo de Estudos com vista à obtenção do grau de mestre em Gestão Desportiva pela Faculdade de Desporto da Universidade do Porto apresenta um valor acrescentado na minha aprendizagem.

Podemos entender Gestão como o processo de rentabilização dos meios disponíveis para se alcançarem os objetivos previamente definidos. Deste modo, penso que o EP assumiu um papel preponderante na minha perceção da realidade que é a Gestão Desportiva.

A minha participação foi dinâmica, na medida em que me foi dada a possibilidade de autonomia, iniciativa e responsabilidade pela entidade acolhedora. Ao lidar com diversas situações fui confrontada com vários mercados de trabalho, pessoas e organizações que me permitiram executar diferentes tarefas às quais tive que me adaptar e reajustar.

Assim, desenvolvi competências práticas na área da gestão desportiva que, apenas com a participação direta numa organização, se consegue apreender.

Relativamente à minha prestação e empenhamento, considero que fui autónoma, criativa, responsável, pontual, assídua, tive capacidade de organização e progressão durante todo o processo.

Ao nível da integração e relacionamento interpessoal com os intervenientes, colegas de trabalho, clientes e fornecedores, penso que superei as dificuldades iniciais de adaptação a uma nova realidade e que fortaleci essa

capacidade. Para este processo foi fundamental a apoio do orientador Tiago Teixeira e de todos os colaboradores da Runporto.com.

Com esta experiência reconheço que desenvolvi apetências na área, o que se revela vantajoso, benéfico e útil para o meu futuro.

A realização deste Estágio Profissionalizante revelou-se uma oportunidade crucial na minha inserção no mundo corporativo e abriu-me portas para o início de uma atividade profissional pela qual tenho particular interesse.

## **BIBLIOGRAFIA**



## **Bibliografia**

Arraya, M. (2014). As funções e as competências do dirigente/gestor. In M. Arraya & M. Silva (Eds.), *Tendências Contemporâneas da Gestão Desportiva* (pp. 35-50). Lisboa: Visão e Contextos, Edições e Representações, Lda.

Ayora, D., Pérez, D. A., & Sánchez, E. G. (2004). *Organización de eventos deportivos* (Vol. 653): Inde.

Azevedo, M. G. S. d., & Albergaria, M. (2012). Motivação para a prática da corrida de rua [Versão eletrônica]. *FIEP Bulletin On-line*, 82(1), disponível em <http://www.fiepbulletin.net/index.php/fiepbulletin/article/view/2433/4528>

Balbinotti, M. A. A., Gonçalves, G. H. T., Klering, R. T., Wiethaeuper, D., & Balbinotti, C. A. A. (2015). Perfis motivacionais de corredores de rua com diferentes tempos de prática [Versão eletrônica]. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 37(1), 65-73 disponível em <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S010132891500013X>

Barreau, G. (2001). *Gestão do risco na organização de eventos desportivos*. Correia, A., Ferrand, A., Monteiro, E., Madaíl, G., Mata, J. et al. *Seminário Internacional: Gestão de eventos desportivos*. Lisboa: Centro de Estudos e Formação Desportiva.

Bento, J. (1998). *Desporto e humanismo: o campo do possível*. Rio de Janeiro: Eduerj.

Cabral, L. (2004). *Os jogos olímpicos na Grécia antiga: Olímpia antiga e os jogos olímpicos: Odyseus*.

Campos, M., Moraes, M., & Lima, E. (2014). Rede de Relação e Empreendedorismo da Realização de Corridas de Rua [Versão eletrônica]. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), 43, disponível em [https://www.researchgate.net/profile/Edmilson\\_Lima2/publication/280024998\\_Rede\\_de\\_Relao\\_e\\_Empreendedorismo\\_na\\_Realizao\\_de\\_Corridas\\_de\\_Rua/links/55a4328908ae81aec912e924.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Edmilson_Lima2/publication/280024998_Rede_de_Relao_e_Empreendedorismo_na_Realizao_de_Corridas_de_Rua/links/55a4328908ae81aec912e924.pdf)

Camy, J., & Robinson, L. (2007). Managing olympic sport organisations. disponível em [http://www.okbih.ba/pdf/world\\_programmes/C%20-%20NOC%20Management/10%20%20National%20Training%20Courses%20for%20Sport%20Admin/10.9%20Managing%20Olympic%20Sport%20Organisations.pdf](http://www.okbih.ba/pdf/world_programmes/C%20-%20NOC%20Management/10%20%20National%20Training%20Courses%20for%20Sport%20Admin/10.9%20Managing%20Olympic%20Sport%20Organisations.pdf).

Carta Europeia do Desporto. (1992). Comunicação apresentada em Conselho da Europa na 7ª Conferência Europeia

Ciolac, E. G., & Guimarães, G. V. (2004). Exercício físico e síndrome metabólica [Versão eletrônica]. Revista brasileira de Medicina do Esporte, 10(4), 319-324. Consult. Fevereiro 2016, disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151786922004000400009&script=sci\\_abstract&tlng=pt7](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151786922004000400009&script=sci_abstract&tlng=pt7).

Constituição da República Portuguesa (2005). Consult. outubro 2015, disponível em <http://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/constpt2005.pdf>

Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948). Consult. outubro 2015, disponível em [http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/por.pdf](http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf)



Dias, C. P. (2005). Concepção dos treinadores acerca da estrutura competitiva do voleibol nas escalões infantil e juvenil : estudo comparativo quanto à formação académica e experiência profissional por nível de prática dos treinadores. Universidade do Porto. Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física. Relatório de Estágio apresentado a Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Ferrand, A. (2001). Gestão da marca na organização de eventos desportivos. Comunicação apresentada em Seminário Internacional: Gestão de eventos desportivos. .

Garcia, R., & Queirós, P. (2004). Antropologia do Desporto: o reencontro com Hermes. *Revista Povos e culturas*, 9, 205-224.

Garcia, R. P., & Cunha, A. C. (2016). Jogos Olímpicos sob o signo da utopia. Lisboa.

Hayek, F. B. A. (2014). Gestão do Trânsito para Atividades Esportivas na Via–Corridas de Rua na cidade de São Paulo [Versão eletrónica]. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review* e-ISSN: 2316-932X, 3(3), 45-56 disponível em <http://www.podiumreview.org.br/ojs/index.php/rigesporte/article/view/96>

Isidoro, A., Simões, M., Saldanha, S., & Caetano, J. (2013). *Manual de Organização e Gestão de Eventos*: Lisboa, Edições Sílabo.

Kallás, D. (2012). Inovação em modelo de negócios: forma e conteúdo [Versão eletrónica]. Consult. fevereiro 2016, disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003475902012000600011&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003475902012000600011&script=sci_arttext&tlng=es).

Lebre, E. (2014). Gestão de Recursos Humanos nas Grandes Organizações Desportivas. In M. Arraya & M. Silva (Eds.), *Tendências Contemporâneas do Desporto* (pp. 375-383). Lisboa: Visão e Contextos, Edições e Representações, Lda.

Lei de Bases da Atividade Física e do Desporto (2007). Consult. outubro 2015, disponível em [http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/Lei\\_5\\_2007.pdf](http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/Lei_5_2007.pdf)

Lopes, L. (2013). *Porto a Correr, 20 anos depois*. Porto: edita-me.

Lourenço, D. J. M. (2005). O ideal do perfil de treinadores de jovens: estudo de caso da Associação Académica de Coimbra-Organismo Autónomo de Futebol. Relatório de Estágio apresentado a Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra

Manaças, J. (2014). Gestão do Protocolo em Eventos Desportivos. In M. Arraya & M. Silva (Eds.), *Tendências Contemporâneas da Gestão Desportiva* (pp. 385-396). Lisboa: Visão e Contextos, Edições e Representações, Lda.

Marques, A. (1997). Repensar o desporto. *Revista Horizonte*, 12(75), 4.

Massarella, F. L., & Winterstein, P. J. (2009). Motivação intrínseca e o estado mental Flow em corredores de rua [Versão eletrónica]. *Movimento (ESEF/UFRGS)*, 15(2), 45-68 disponível em <http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IsisScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=522343&indexSearch=ID>

Mintzberg, H. (2003). Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações. In *Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações*: Atlas.

Oliveira, S. N. d. (2010). Lazer sério e envelhecimento: loucos por corrida. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Relatório de Estágio apresentado a Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation- inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books.

Pedro, F., Caetano, J., Christiani, K., & Rasquilha, L. (2012). Gestão de Eventos. Lisboa: Escolar Editora.

Pires, G. (2005). Gestão do Desporto: Desenvolvimento Organizacional. Viseu: Tipografia Guerra.

Pires, G., & Sarmiento, J. P. (2001). Conceito de Gestão do Desporto. Novos desafios, diferentes soluções. Revista Portuguesa de Ciências do Desporto, 1(1), 88-103.

Poit, D. R. (2006). Organização de eventos esportivos: Phorte Editora.

Rebelo, A. N., & Oliveira, J. (2006). Relação entre a velocidade, a agilidade e a potência muscular de futebolistas profissionais [Versão eletrónica]. Revista Portuguesa de Ciências do Desporto, 6(3), 342-348. Consult. março 2016, disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/rpcd/v6n3/v6n3a10.pdf>

Ribeiro, A. T., & Costa, L. P. d. (2013). Eventos de corrida de rua em Fortaleza-CE como comunicação de marca [Versão eletrónica]. Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, 3(1), disponível em <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=gestaoesportiva&page=article&op=view&path%5B%5D=1081&path%5B%5D=797>

Rojó, J. R. (2014). Corridos de Rua, sua história e transformações. Comunicação apresentada em VII Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte.

Salgado, J. V. V., & Chacon-Mikahil, M. (2006). Corrida de rua: análise do crescimento do número de provas e de praticantes [Versão eletrônica]. Conexões, 4(1), 90-99 disponível em <http://fefnet178.fef.unicamp.br/ojs/index.php/fef/article/view/57>

Santos, A. L. P. d., & Simões, A. C. (2012). Educação física e qualidade de vida: reflexões e perspectivas [Versão eletrônica]. Saúde e Sociedade, 21(1), 181-192. Consult. dezembro 2015, disponível em <http://www.revistas.usp.br/sausoc/article/view/29829>

Sanz, V. A. (2003). Organización y gestión de actividades deportivas: los grandes eventos (Vol. 608): Inde.

Sarmiento, J., & Pinto, A. (2014). Gestão de eventos desportivos In M. Arraya & M. Silva (Eds.), Tendências Contemporâneas da Gestão Desportiva (pp. 345-374). Lisboa: Visão & Contextos.

Sarmiento, J. P., Pinto, A., Costa, C., & Silva, C. (2011). O evento desportivo como factor de desenvolvimento [Versão eletrônica]. Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, 1(1), 1-14. Consult. janeiro 2016, disponível em <http://www.gestaodesportiva.com.br/O%20evento%20desportivo%20como%20f actor%20de%20desenvolvimento.pdf>

Sarmiento, J. P., Pinto, A., Silva, C. A. F. d., & Pedroso, C. (2011). O evento desportivo: etapas, fases e operações. Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, 1(2), 2237-3373.

Sarmiento, P. (2011). Gestão Desportiva: desafios e perspectivas. Comunicação apresentada em Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

Silva, R. B., Matias, T. S., Viana, M. d. S., & Andrade, A. (2012). Relação da prática de exercícios físicos e fatores associados às regulações motivacionais de adolescentes brasileiros/Relationship between physical exercise practice and associated factors to motivational regulations of Brazilians adolescents [Versão eletrónica]. Motricidade, 8(2), 8. Consult. março 2016, disponível em <http://search.proquest.com/openview/5c87ae71745463ee028eb64e5d2b057e/1?pq-origsite=gscholar>

Tranchitella, M. (2013). O Gerenciamento de Riscos em Eventos Esportivos: um estudo com corridas de rua. Universidade do Porto. Relatório de Estágio apresentado a Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Truccolo, A. B., Maduro, P. A., & Feijó, E. A. (2008). Fatores motivacionais de adesão a grupos de corrida [Versão eletrónica]. Revista Motriz, 14(2), 108-114. Consult. julho 2016, disponível em <http://www.equipesaudepramover.com.br/artigos/fatores-motivacionais-de-adesao-a-grupos-de-corrida.pdf>

Valmorbida, L. A., Borsatto, A. C., Feoli, A. M., Antunes, M. T., Breigeiron, M. K., & Macagnan, F. E. (2013). Benefits of lifestyle modification on the metabolic syndrome [Versão eletrónica]. Fisioterapia em Movimento, 26(4), 835-843. Consult. fevereiro 2016, disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010351502013000400012&script=sci\\_artt\\_ext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010351502013000400012&script=sci_artt_ext).

Vieira, J. (2015). Eventos e Turismo - Planeamento e Organização - Da teoria à prática. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.



## **ANEXOS**





## **Anexo I – Conversa com Jorge Teixeira**

A Runporto vai lançar uma nova coluna de notícias, a cada mês, onde entrevistará uma personalidade do atletismo. O objetivo é dar a conhecer melhor as pessoas que estão por trás das principais organizações de eventos desportivos, os atletas que mais se destacam na modalidade e também ex-atletas que pela sua experiência e conhecimento têm muitos conselhos e dicas úteis para dar.

Procuraremos escolher temas com uma grande área de interesse para todos os envolvidos no *running* desde principiantes, praticantes e veteranos.

Esta rubrica é um espaço aberto a todos os que nela quiserem participar, podendo enviar questões para o nosso e-mail [geral@runporto.com](mailto:geral@runporto.com), a fim de serem colocadas aos entrevistados, tentando aproximar o leitor e praticante da modalidade, ou não, de algumas das figuras mais importantes e de maior destaque do panorama desportivo português.

Podemos já revelar que no próximo mês a nossa convidada será a grande Campeã Aurora Cunha, uma das melhores fundistas portuguesas de sempre, vencedora de várias maratonas internacionais e tri-campeã do mundo de estrada.

Como primeiro convidado temos Jorge Teixeira, Diretor Geral da Runporto, que nos irá esclarecer acerca de alguns temas pertinentes e atuais na organização dos eventos da Runporto.

**No próximo dia 20 de março realiza-se a corrida do dia do pai. Tem havido alguma contestação em relação aos preços das inscrições praticados este ano, quer esclarecer-nos em relação a esta alteração?**

**JT** – Na verdade este ano tivemos que fazer alguns ajustes no preço das inscrições. Esses ajustes estão na razão direta do sucessivo aumento de vários itens inerentes às corridas, tais como, o policiamento que aumentou em dois anos mais de 50%, o IVA que passou em três anos de 6 para 23%, os serviços que pagamos e não pagávamos no passado, por exemplo, a Polícia Municipal era no passado patrocínio camarário e agora temos de a pagar. A somar a tudo

isto temos a perda à última hora do patrocinador principal que era, por tradição a EDP GÁS, e só porque não quero que um evento que tem 13 anos por onde já passaram mais de 150.000 pessoas morresse.

**Esta edição da corrida do dia do pai tem uma nova partida por grupos, tendo sido acrescentado o grupo sub elite (menos de 40 min). Para a inscrição neste grupo de partida, o atleta tem de apresentar um comprovativo de resultado de uma prova anterior, o que normalmente não acontece nos restantes grupos de partida, sendo o atleta responsável por essa seleção. Apesar da Runporto apelar à escolha consciente por parte dos atletas, esta situação gera, por vezes, confusão nos primeiros metros da prova. De que forma pensa que pode ser resolvido este problema?**

**JT** – Para mim é um não problema. O problema é para aqueles que para partirem à frente não se respeitam a eles próprios, já que ao partirem à frente do lugar onde deveriam mesmo partir estão a prejudicar os outros corredores, mas sobretudo estão a prejudicar-se a si próprios, uma vez que vão partir correndo depressa demais para mais tarde pagarem esse esforço inicial e assim prejudicarem a sua prestação final. Pela nossa parte tudo fazemos para que o atleta se sinta bem, mas cabe também ao atleta fazer corretamente a sua opção no que se refere à escolha do lugar onde deve sair.

**Tendo em conta os tamanhos das t-shirts escolhidos pelos participantes no ato de inscrição, uma questão que surge em relação a este tema é porque razão, por vezes, na altura de levantamento das t-shirts, o tamanho previamente pedido já não existir em stock.**

**JT** – Será impossível a toda e qualquer organização acertar com as quantidades por tamanho destinadas aos participantes. À medida que os anos avançam tudo temos feito para falhar neste particular o menos possível, mas, repito, é impossível em qualquer corrida ou maratona em qualquer parte do mundo termos uma t-shirt para cada participante ao seu tamanho, porque temos de as encomendar por vezes com um ano de antecedência e, com essa distância temporal, fácil será concluir que o que digo anteriormente é, de facto, verdade.

Continuaremos com a nossa base de dados em atualização para fazermos as apostas na compra e pedido das t-shirts que nos permitam falhar o menos possível, mas vamos falhar sempre.

**A entrega dos kits de participante vai realizar-se nos dois dias anteriores à prova, 18 e 19 de março, e não é possível a entrega dos mesmos no dia do evento, tal como é comum noutras corridas, pode esclarecer-nos sobre esta situação?**

**JT** – Em eventos que tenham mais de 5000 participantes não é possível trabalhar doutra maneira. Imaginem o que seria entregar as t-shirts e os dorsais de eventos como a Corrida do Dia do Pai, que normalmente tem sempre mais de 10.000 participantes, no dia da corrida. A Runporto já não existia, porque dos bons serviços que tem prestado ao mundo da corrida, sobretudo na aplicação do rigor organizativo dos eventos, passaria a ser uma desorganização, e isso eu não quero, quero continuar a ser uma referência como organização, quero que quem vem aos nossos eventos diga alto e bom som, vou a um evento da Runporto.

**Por último, e já a pensar no mais emblemático evento do ano, a Maratona do Porto EDP, uma questão que é colocada com frequência é em relação às ofertas que são entregues com o kit de participante, nomeadamente a garrafa de vinho do porto. Tal como em 2015, este ano não será efetuada esta oferta, correto? Qual o motivo?**

**JT** – A garrafa de Vinho do Porto foi durante 12 anos algo que muito me orgulhou enquanto símbolo da Maratona do Porto, sobretudo enquanto símbolo de uma região de Portugal, o Norte. Porém, à medida que a Maratona foi crescendo, o número de garrafas a comprar era, em termos de orçamento, insustentável. Tentamos várias vezes através do respetivo Instituto do Vinho do Porto obter colaboração no sentido de nos ajudar na aquisição do vinho de forma mais económica, mas sempre obtivemos resposta negativa, sendo essa mesma resposta positiva noutras corridas que não têm nem de longe nem de perto a notoriedade da Maratona do Porto. Como

não somos embaixadores do Vinho do Porto, logo entendi cortar com este item que nos custava muito dinheiro, pois tínhamos de pagar todo o vinho. Nunca fomos apoiados pelo Instituto, mas sabemos que apoiam outros eventos, o que nos ofende bastante. Mas a Maratona do Porto EDP não pode nem deve valer apenas por uma garrafa de vinho, a Maratona do Porto EDP é muitíssimo mais que isso, é um evento que orgulha PORTUGAL, não apoiado nem pelo Instituto do Vinho do Porto, nem pelo Turismo de Portugal, sendo estas entidades geridas por pessoas que têm a responsabilidade de ajudar e apoiar eventos que prestigiam o nosso País e não é isso que acontece, logo, não há vinho, mas há a Maratona do Porto EDP.

## **Anexo II – Conversa com Aurora Cunha**

Tal como tinha sido anunciado, na entrevista deste mês temos como convidada a Grande Campeã Aurora Cunha, atleta que se destacou na modalidade de atletismo e apoiante da estrutura da Runporto, participando em várias iniciativas de promoção ao desporto.

Aurora Cunha nasceu a 31 de maio de 1959, em Ronfe (Guimarães) e foi uma grande atleta profissional portuguesa de corta-mato, fundo e meio fundo nas décadas de 80 e 90. Entrou no atletismo aos 15 anos e conquistou o título de campeã de estrada em 1984, 1985 e 1986. As suas principais vitórias a nível internacional foram a S. Silvestre de S. Paulo (1988) e as Maratonas de Paris (1988), Tóquio (1988), Chicago (1990) e Roterdão (1992). Representou ainda Portugal em três edições dos Jogos Olímpicos.

Nos últimos anos, Aurora Cunha tem-se mantido ligada ao desporto, a sua grande paixão, e revelou-se uma grande impulsionadora da prática de atividade física, particularmente do atletismo, através do apoio a várias corridas organizadas pela Runporto, sendo regularmente madrinha de alguns eventos.

**Apesar de já ter terminado a sua carreira no atletismo, a aurora mantém-se ligada à modalidade. O que desperta o seu interesse no apoio contínuo às corridas?**

**AC** – O Desporto faz parte integrante da minha vida. O meu apoio contínuo às corridas tem um propósito fundamental: sensibilizar as pessoas para terem uma vida com maior qualidade, desfrutarem do dia-a-dia plenamente com a perceção de que correr pode ajudar na saúde e no bem-estar de quem o faz e com prazer.

**A Aurora é uma das grandes impulsionadoras da Corrida da Mulher desde o seu início, em que medida pensa que esta prova é importante para as mulheres da cidade do Porto?**

**AC** – A Corrida da Mulher é já um marco dos eventos desportivos da cidade do Porto. Constitui um belo exemplo de que as mulheres merecem que pensem em provas de qualidade destinadas a elas, quando isso acontece elas respondem massivamente e emprestando um brilho especial à corrida e à cidade.

Lamentavelmente, as raparigas e as mulheres ainda têm menores oportunidades para a prática desportiva, a Corrida da Mulher da cidade do Porto é um excelente contributo para a sensibilização dos benefícios da prática desportiva e para a atratividade das raparigas e das mulheres para o desporto.

**Tendo em conta a dimensão e a particularidade da Corrida da Mulher, a Runporto debate-se com várias dificuldades ao nível da organização desta prova. Tem notado um aumento da complexidade desta corrida ao longo dos anos?**

**AC** – Sim, efetivamente ao nível organizativo e de gestão a Corrida da Mulher é um evento de grande complexidade face à resposta excelente de milhares de raparigas e mulheres a esta corrida. A organização tem estado à altura das expectativas e a cidade e as mulheres agradecem naturalmente.

**A Corrida da Mulher já vai na 11ª edição e continua a ser um sucesso entre o público feminino, pensa que é importante existirem eventos exclusivamente femininos?**

**AC** – Nesta fase em que entre nós a participação desportiva feminina, infelizmente, ainda é das mais fracas da Europa são muito importantes estes eventos destinados especificamente às mulheres, devido à grande visibilidade e à política estratégica de promoção do desporto para quem ainda tem menores oportunidades para no fundo usufruírem da prática desportiva e consequentemente serem mais felizes.

**Tendo em conta a geração de atletas femininas de estrada das décadas de 80 e 90 e a geração atual, pensa que Portugal voltará a ter atletas de renome a nível mundial?**

**AC** – Acredito que sim. Naturalmente Portugal poderá voltar a ter atletas femininas de grande referência internacional, basta haver uma política desportiva nesse sentido, se assim for já está mais que provado que a mulher portuguesa tem competência, vontade e garra para figurar em primeiro plano em qualquer areópago desportivo mundial.

### **Anexo III – Conversa com Sara Moreira**

Na entrevista deste mês temos como convidada Sara Moreira, atleta que se destaca na modalidade de atletismo. Sara Moreira nasceu a 17 de outubro de 1985, em Roriz (Santo Tirso) e é atualmente uma das grandes atletas profissionais portuguesas de meio fundo e fundo. Entrou no atletismo aos oito anos no Núcleo de Atletismo de Roriz, o seu primeiro clube. Em 2013, fez uma pausa na sua carreira, para ser mãe, mas voltou em força, estreando-se na prova de 42 km, com um terceiro lugar na prestigiada Maratona de Nova Iorque. Neste momento prepara-se para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro 2016, onde será uma das representantes lusas na prova da Maratona.

**Entre os dias 14 e 16 de maio esteve presente nos Campeonatos Ibero Americanos de Atletismo, prova de teste para os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, e conquistou a medalha de ouro nos 5.000 metros. Como foi esta experiência?**

**SM** – É verdade, a ideia dos Ibero Americanos surgiu por ser no Rio de Janeiro, para perceber em que contornos se vão realizar os Jogos Olímpicos. Não encontrei o melhor cenário, mas a experiência em si foi enriquecedora.

**No panorama político-desportivo vigente em Portugal, não é fácil viver apenas do atletismo. Tem sido difícil gerir a sua carreira como atleta profissional?**

**SM** – Neste momento para mim é possível viver do atletismo porque tenho um clube, uma marca e um apoio estatal que me permite fazê-lo, mas tenho que alertar que tal só é possível pelos resultados que fui alcançando nos últimos anos. É preciso haver uma aposta séria no desporto em geral para que se permita a obtenção de bons resultados.

**A sara é uma referência para muitas jovens que sonham com uma carreira no desporto feminino. Como encara este papel?**

**SM** – É gratificante para mim ser abordada e vista como uma referência. Espero que vejam em mim a possibilidade de acreditarem nos sonhos de cada um, porque é possível com muito trabalho.

**Em 2013 foi mãe de um menino. Como tem sido balançar a sua vida pessoal com os compromissos profissionais?**

**SM** – O Guilherme mudou a minha vida, passei a ver o Mundo de outra maneira e a relativizar pequenos pormenores que antes dava imensa importância e que, na verdade, não têm.

**Para terminar, tendo em conta o papel desempenhado pelas mulheres na sociedade contemporânea, pensa que eventos como a corrida da mulher, que é exclusivamente feminina, são importantes para o desenvolvimento da prática desportiva no público feminino?**

**SM** – São, sem dúvida, muito importantes e nesse aspeto penso que a Runporto está de parabéns porque tem contribuído para que o aumento seja real. Nunca antes se viu tantas mulheres a praticar exercício e a preocuparem-se com o seu bem-estar como agora.





## Anexo IV – Inventário Roupa Staff Maratona do Porto 2015







Artigo	Especificação	Tamanho	Quantidade parcial	Quantidade Total
<b>Sapatilhas</b>	Senhora	35,5	1	5
		37,5	1	
		38	1	
		40	1	
		40,5	1	
	Homem	41,5	4	11
		42	3	
		42,5	2	
		43,5	2	
<b>Corta-Vento</b>	Preto	S	13	80
		M	43	
		L	16	
		XL	8	
<b>Casaco</b>	Laranja	S	3	52
		M	20	
		L	24	
		XL	5	
<b>Polo</b>	Preto	S	8	32
		M	8	
		L	0	
		XL	15	



## Anexo V – Inventário Merchandising Maratona do Porto 2015

Artigo	Cor	Tamanho	Quantidade parcial	Quantidade Total
<b>Capa para chuva</b>	Branco 	Único	142	280
	Azul 		138	
<b>Capa para chuva</b>	Amarelo 	Único	285	285
<b>Chapéu</b>	Azul 	Único	65	128
	Vermelho 		63	
<b>Guarda-chuva</b>	Azul 	Único	44	44
<b>Fita</b>	Verde e Preto 	Único	341	341

<b>Garrafa</b>	Variados 	44 cl	40	40
<b>Bracelete MP3</b>	Preto 	Único	9	9
<b>Luva</b>	Preto 	Único	5	5
<b>Mochila</b>	Preto 	Único	17	17
<b>Caderno</b>	Preto 	A6	99	201
	Cinzento 	A6	102	




<b>Cachecol</b>	Preto 	Único	142	284
	Branco 	Único	142	
<b>Prato</b>		Pequeno	3	3
<b>Boné</b>	Preto 	Único	49	80
	Azul 	Único	31	
<b>Caneca</b>	Vermelho 		48	105

	Azul 		57	
Calções Homem	Preto 	M	4	12
		L	8	
Casaco Senhora	Preto e Rosa 	M	6	11
		L	5	
T-shirt	Vermelho 	XL	22	22
Calças Homem	Preto e Amarelo 	L	10	10
Calções Senhora		S	9	12

	Preto e Rosa 	M	3	
T-shirt Senhora	Rosa 	M	4	12
		L	8	
Calções Homem	Vermelho 	XS	5	21
		S	9	
		M	7	
Calções Senhora Knee	Preto 	S	1	4
		M	3	
Colete	Verde e Preto 	XL	4	4

<b>T-shirt Homem</b>	Amarelo 	S	2	11
		M	1	
		L	8	
<b>T-shirt Homem</b>	Verde 	L	2	2
<b>Calças Senhora</b>	Preto e Verde 	S	3	6
		M	1	
		L	2	
<b>Pack Senhora T-shirt</b>	Azul 	S	8	27
		M	13	
		L	6	
<b>Pack Senhora Singlet</b>		S	1	23
		M	16	



	Azul 	L	6	
Pack Homem	Azul 	S	7	11
		M	2	
		L	2	
T-Shirt Senhora Singlet	Branco e azul 	XS	2	3
		S	1	
T-Shirt Homem	Branco 	S	3	4
		M	1	
T-Shirt Homem	Azul 	S	7	13
		M	2	
		L	4	

<b>Calções Homem</b>	Azul 	S	2	5
		L	3	
<b>Calções Senhora</b>	Azul 	S	5	6
		M	1	
<b>Casaco</b>	Azul 	XS	4	5
		S	1	